

ФЕНОМЕН КРЕОЛІЗОВАНОГО ТЕКСТУ: АКТУАЛЬНА ПРОБЛЕМА СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Стаття присвячена вивченню ролі креолізованих текстів у підвищенні ефективності мовленнєвої комунікації. Досліджено підходи до визначення креолізованих текстів (КТ); визначені форми реалізації КТ та їх класифікація; досліджено роль креолізації в організації текстів різних типів; з'ясовано функції КТ. Основні універсальні функції КТ – інформативна, атрактивна, експресивна, естетична. Окремі функції КТ – символічна, ілюстративна, аргументативна, евфемістична, характерологічна, сатирична, функція створення іміджу.

Ключові слова: креолізований текст, полікодовий текст, невербальний, лінгвовізуальний, ізовербальний, відеовербальний, інтертекстуальність.

Завадская Е. В. Феномен креоллизованного текста: актуальная проблема современных лингвистических исследований. *Статья посвящена изучению роли креолизованных текстов в повышении эффективности речевой коммуникации. Исследованы подходы к определению креолизованных текстов (КТ); определены формы реализации КТ и их классификация; исследована роль креолизации в организации текстов разных типов; проанализированы функции КТ. Основные универсальные функции КТ – информативная, атрактивная, экспрессивная, эстетическая. Частные функции КТ – символическая, иллюстративная, аргументирующая, эвфемистическая, характерологическая, сатирическая, функция создания имиджа.*

Ключевые слова: креолизованный текст, поликодовый текст, невербальный, лингвовизуальный, изовербальный, видеовербальный, интертекстуальность.

Zavadzka O. V. The Phenomenon of Creolized Text: Topical Issues of Modern Linguistic Investigations. *Thematic justification of the study is based on the increase of creolized texts' significance in information corpus of the society; the aim is to analyze the role of creolized texts in promotion of communication effectiveness; the tasks are: 1) to study the approaches to definitions of creolized texts; 2) to identify the forms of creolized texts; 3) to research the role of creolized texts in arranging various types of texts; 4) to find out the functions of creolized texts. Resulting from the research, it has been found that creolized texts are polycode texts in which elements of different semiotic systems are used; creolized texts are classified according to different criteria; creolized texts play roles of varying degrees in arranging various types of texts. Basic general functions of creolized texts are informative, attractive, expressive, and aesthetic. Particular functions of creolized texts are symbolic, illustrative, argumentative, euphemistic, characterological, satirical, and the function of image making.*

Keywords: creolized text, polycode text, nonverbal, linguovisual, isoverbal, videoverbal, isoverbal, intertextuality.

У процесі пошуку нових засобів виразності людина створює нові різноманітні форми образотворчого оповідання, прикладом яких є креолізовані тексти. У сучасній міжкультурній комунікації постійно зростає роль полікодових (креолізованих) текстів, де іконічні засоби разом із вербальними відтворюють картину світу, шкалу цінностей, естетичні ідеали нації. Креолізовані тексти набувають усе більшого поширення в сучасній комунікації і є одним із найбільш успішних її засобів. Усвідомлення зростання значущості креолізованих текстів в інформаційному фонді суспільства, потреба більш

повного здобування з тексту як вербальної, так і невербальної інформації для підвищення ефективності мовленнєвої комунікації стають найважливішими чинниками у вивченні та описанні інвентарю засобів, які утворюють креолізовані тексти. Саме це й обумовлює актуальність нашого дослідження. Метою роботи є вивчення місця креолізованих текстів у підвищенні ефективності мовленнєвої комунікації. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: 1) дослідити підходи в сучасній лінгвістичній науці до визначення креолізованих текстів (КТ); 2) визначити форми реалізації КТ та їх класифікацію; 3) дослідити роль креолізації в організації текстів різних типів; 4) з'ясувати функції КТ.

Сутність КТ активно осмислюється сучасними лінгвістами. Так, Ю. Сорокін та Є. Тарасов позначають їх як тексти, фактура яких складається з двох негомогенних частин: вербальної (мовна/мовленнєва) та невербальної (що належить до інших знакових систем, ніж природна мова) [14]. О. Ансімова визначає КТ як особливий лінгвовізуальний феномен – текст, у якому вербальний і невербальний компоненти утворюють одне візуальне, структурне, смислове й функціональне ціле, що забезпечує його комплексну прагматичну дію на адресата [1].

Г. Ейгер та В. Юхт запропонували власну типологію текстів: учені вичленували опозицію моно- та полікодових текстів. «До полікодових текстів у широкому семіотичному сенсі мають бути віднесені й випадки поєднання природного мовного коду з кодом будь-якої іншої семіотичної системи (зображення, музика тощо)» [6: 107].

Термін *полікодовий* є найчастотнішим і «таким, що примирює» різні наукові напрями, оскільки в ньому відбито одну центральну й основоутворювальну ознаку подібних текстів – поєднання знаків різних семіотичних систем. Найчастотнішим принципом утворення терміна для позначення текстів такого типу став принцип номінації знакових систем, що беруть участь у структурі аналізованого тексту: лінгвовізуальний комплекс, ізовербальний або відеOVERBальний текст та ін. [4].

Таким чином, у сучасній лінгвістиці КТ розглядається як полікодовий текст, що використовує елементи різних семіотичних систем (зображення, рідше – анімація, музичний супровід тощо). У сучасній практиці це, передусім, тексти, у яких взаємодіють вербальні й візуальні компоненти. Серед можливих способів візуалізації найчастіше використовують фотографії, малюнки, інфографіка, фотоколажі, діаграми, графіки, схеми, малюнки, карти та ін. [7]. Вибір того чи того засобу залежить від багатьох характеристик: інтенція автора; жанр матеріалу; чинник адресата: соціальний статус, рівень освіти, вік, гендер, сфера функціонування КТ і багато інших. При цьому «складники КТ утворюють єдине ціле як візуально, так і функційно» [10].

Візуальні елементи можуть передавати змістовно-фактуальну й змістовно-концептуальну інформацію. Серед візуальних елементів-носіїв змістовно-фактуальної інформації найбільш частотними є такі: портрет персонажа, місце (простір) події, час події, у тому числі етапи її часового розвитку. Змістовно-концептуальна інформація дозволяє візуально передати авторську

оцінку подій, дати концептуально значущу ілюстрацію вербального змісту, доповнити й підкреслити вираження головної думки й інших елементів концепції автора [7].

Зображення різною мірою бере участь в організації тексту. Сучасні вчені пропонують градацію текстів за ступенем злитості в них вербальних і невербальних компонентів: гомогенні вербальні тексти – паралінгвістично активні тексти – тексти з частковою креолізацією – тексти з повною креолізацією [1: 8, 15].

Паралінгвістично активні тексти характеризуються наявністю в них паралінгвальних засобів організації тексту, які використовуються як допоміжні щодо вербальних засобів і вносять додаткові семантичні й експресивні відтінки у зміст. До них відносяться шрифт (курсив, підкреслення), розрядка, написання слова великими літерами тощо. Частина паралінгвальних засобів не має прямого відношення до змісту тексту, але створює оптимальні умови для його сприйняття (наприклад, формат аркуша, якість та колір паперу) [1: 7-10].

У *тексті з частковою креолізацією* вербальна частина відносно автономна, не залежна від зображення, між вербальним і невербальними компонентами складаються автосемантичні стосунки. Як правило, невербальний компонент у такому разі супроводжує вербальне повідомлення і є факультативним елементом в організації тексту.

Велика спаяність, злиття компонентів виявляється в *тексті з повною креолізацією*, де вербальна частина не може існувати автономно, незалежно від невербальної – між компонентами тексту встановлюються синсемантичні стосунки. Вербальна частина орієнтована на зображення або посиляє до нього, а саме зображення виступає облігаторним елементом в організаційній структурі креолізованого тексту [2].

О. Пойманова, узагальнюючи наявні підходи до аналізу креолізованого тексту (у термінології автора – відеовербального тексту), також виділяє ряд критеріїв, на основі яких ці тексти можуть бути класифіковані:

1. *За ступенем гетерогенності*: а) нульова (суто вербальні або суто іконічні тексти); б) ненульова (поєднання вербального й образотворчого компонентів).

2. *За характером іконічного компонента*: а) статичний (реклама в журналі, плакат тощо) і динамічний (реklamний ролик по телевізору, фільм та ін.); б) двовірний (креолізований текст у книзі, кіно тощо) і тривірний (креолізований текст у театральній п'єсі).

3. *За характером вербального компонента*: а) усний (такий, що включає живу мову й запис цієї мови за допомогою технічних засобів) і письмовий (представлений рукописними й друкарськими варіантами, останній з яких, у свою чергу, може бути статичним або динамічним); б) такий, що включає знаки однієї природної мови або декількох природних мов.

4. *За співвідношенням обсягу інформації, яка передається різними знаками, і за роллю зображення*: а) репетиційні (зображення в основному повторює вербальний текст); б) адаптивні (зображення привносить значну додаткову

інформацію); в) видільні (зображення підкреслює якийсь аспект вербальної інформації, яка за своїм обсягом значно перевершує іконічну); г) опозитивні (зміст, що передається картинкою, вступає в протиріччя з вербальною інформацією); д) інтеграційні (зображення вбудоване у вербальний текст або вербальний текст вбудований в зображення для спільної передачі інформації); е) образотворчо-центричні (з провідною роллю зображення, вербальна частина лише конкретизує його).

5. *За характером зв'язків, що об'єднують вербальний й образотворчий компоненти:* а) експліцитно виражені (одночасно вербально та іконічно, вербально-інцидентні зв'язки, іконічно-координатні й умовно-образотворчі зв'язки); б) експліцитно невиражені (імпліцитні) [11: 9-11].

Функціонуючи в єдиному семантичному просторі, взаємодіючи один з одним, вербальний і невербальний компоненти повідомлення забезпечують цілісність і зв'язність креолізованого тексту, його комунікативний ефект. Смысловая взаємодія вербального й візуального виявляє такі варіації: дублювання сенсів; доповнення сенсу одного елемента креолізованого тексту за рахунок іншого; нерозривна взаємодія вербальних і візуальних елементів, коли їх не можна повноцінно сприймати окремо; зіткнення сенсів вербального й візуального; створення підтексту; композиційно-графічне виділення важливого фрагмента інформації за допомогою вербального або візуального елемента [5]. Іншими словами, вербальні й зображувальні компоненти пов'язані на змістовному, змістовно-композиційному й змістовно-мовному рівні. Надання переваги тому чи тому типу зв'язків визначається комунікативним завданням і функційним призначенням креолізованого тексту в цілому [2].

Проте в процесі мовного спілкування для комунікантів не існує принципової відмінності між креолізованим і повністю вербальним текстом, оскільки КТ точно так, як і повністю вербальний, має основні текстові категорії: цілісність і зв'язність. «У мовленнєвому спілкуванні КТ з'являється складним текстовим утворенням, у якому вербальні й текстові елементи утворюють одно візуальне, структурне, смислове і функціональне ціле, спрямоване на комплексну прагматичну дію на адресата» [1: 17].

Дослідник письмових КТ Л. Дубовицька ділить такі тексти за соціокультурною орієнтованістю на:

– *Інтеркультурно орієнтовані* – тексти, що призначаються для використання в рамках їх рідної культури. Використовуються традиційні для цієї культури вербальні й невербальні знаки.

– *Транскультурно орієнтовані* – тексти, призначені до використання в декількох культурах, або такі, що несуть у собі знаки чужої культури.

Науковець стверджує, що КТ можуть містити прецедентні феномени як на вербальному, так і на іконічному рівнях. Найбільше застосування, на думку вченого, знаходять національно й універсально прецедентні тексти. Візуальні прецедентні феномени, для створення яких використовуються як цитата, так і квазіцитата, виконують ряд функцій у креолізованому тексті, серед яких виокремлюються функція створення іміджу, характерологічна,

сатирична, а також функції створення проспективного й ретроспективного планів. Функція створення іміджу – візуальний прецедентний феномен (найчастіше портрет або фотографія) разом з вербальними засобами бере участь у створенні іміджу діяча [5].

О. Анісімова також розділила функції КТ на дві великі групи: універсальні, властиві всім полікодовим (креолізованим) текстам, і приватні, специфічні, характерні для конкретного виду комунікації. До *основних універсальних функцій* зображення дослідник відносить інформативну, атрактивну, експресивну й естетичну. *Окремими функціями зображення* визначаються символічна, ілюстративна, аргументуюча, евфемістична, характерологічна, сатирична та функція створення іміджу. Інформативно-ілюстративна функція допомагає забезпечити достовірність повідомлення та/або уточнити його тематику, тоді як експресивні функції забезпечують привертання уваги аудиторії й передачу емоційної оцінки змісту [1: 51-59].

Психолінгвісти, які займаються дослідженням проблеми сприйняття КТ (зокрема Р. Харріс [16], О. Сонін [13], І. Вашуніна [3], О. Проніна [12], Г. Мельник [8] та інші), стверджують, що в процесі сприйняття реципієнтом креолізованого тексту відбувається подвійне декодування закладеної в ньому інформації, унаслідок чого створюється єдиний загальний концепт (сенс) креолізованого тексту [13: 26].

У свою чергу професор В. Морозов, авторитетний фахівець із невербальних і особливо – з емоційно-естетичних – характеристик мовного процесу, вказує на незалежність засобів невербальної комунікації від мовних бар'єрів, оскільки універсальність невербального екстралінгвального коду дозволяє людям порозумітися при незнанні мов. Наукові психологічні дослідження підтверджують міжмовну універсальність невербальної комунікації. Дослідники показували фотографії людей з вираженням емоцій: радості, відрази, здивування, печалі, гніву й страху представникам різних мовних культур і просили їх визначити характер виражених емоцій. У результаті були отримані високі відсотки адекватного сприйняття цих емоцій, незважаючи на значні відмінності між мовними культурами опитаних [9].

Специфічною для КТ також є гендерна інтертекстуальність, що є властивістю текстів, які містять посилення на гендерні особливості обох статей. Тексти з гендерною інтертекстуальністю мають чітку смислову спрямованість і вміть викликають у пам'яті реципієнта асоціації з певними стереотипами відносно протилежної статі, його поведінковими особливостями й цінностями. Гендерні стереотипи, використовувані в КТ, можуть розміщуватися як у вербальній, так і в невербальній частині цього типу текстів. Гендерні стереотипи широко розповсюджені в КТ, оскільки вони глибоко сховані у свідомості людей і полегшують сприйняття інформації адресатом, що є ключовим для привертання уваги аудиторії [16]. КТ потенційно здатні передавати значний обсяг інформації в досить компактній формі, збільшуючи тим самим інформаційну місткість текстів полікодового характеру. Представляючи інформацію кодами різних семіотичних систем, КТ забезпечує комплексну комунікативно-прагматичну дію на читача, привертає

додаткову увагу читача до закодованої різними кодами інформації, стимулює його пізнавальну діяльність [15].

Отже, у сучасній лінгвістиці існує багато підходів до визначення креолізованих текстів. При цьому більшість дослідників сходиться в тому, що КТ – це полікодовий текст, що використовує елементи різних семіотичних систем, тобто, тексти, у яких взаємодіють вербальні й візуальні компоненти (зображення (фотографії, малюнки, інфографіка, фотоколажі, діаграми, графіки, схеми, малюнки, карти та ін.), анімація, звуковий супровід тощо).

Сучасні вчені пропонують класифікації КТ, беручи за основу різні критерії, а саме: 1) за мірою злитості в них вербальних і невербальних компонентів (гомогенні вербальні/іконічні тексти, паралінгвістично активні тексти, тексти з частковою/повною креолізацією); 2) за характером іконічного компонента (статичний/динамічний, двомірний і тривимірний); 3) за характером вербального компонента (усний/письмовий; такий, що включає знаки однієї або декількох природних мов); 4) за співвідношенням обсягу інформації, яка передається різними знаками, і за роллю зображення: (репетиційні, адаптивні, видільні, опозитивні, інтеграційні, образотворчо-центричні); 5) за характером зв'язків, що об'єднують вербальний і образотворчий компоненти (експліцитно виражені/експліцитні невиражені (імпліцитні)); 6) за соціокультурною орієнтованістю (інтеркультурно орієнтовані, транскультурно орієнтовані). Таким чином, зображення різною мірою бере участь в організації тексту. Функціонуючи та взаємодіючи в єдиному семантичному просторі, вербальний і невербальний компоненти забезпечують цілісність і зв'язність креолізованого тексту, його комунікативний ефект.

Основними універсальними функціями зображення вважають інформативну, атрактивну, експресивну й естетичну. Окремими функціями зображення визначають символічну, ілюстративну, аргументуючу, евфемістичну, характерологічну, сатиричну та функцію створення іміджу.

З точки зору психолінгвістики важливою функцією КТ вважається незалежність засобів невербальної комунікації від мовних бар'єрів, оскільки універсальність невербального екстралінгвального коду дозволяє людям порозумітися при незнанні мов. КТ також здатні передавати великий обсяг інформації в компактній формі, збільшуючи тим самим інформаційну місткість текстів полікодового характеру. Завдяки кодам різних семіотичних систем КТ забезпечують комплексну комунікативно-прагматичну дію на читача, привертають увагу читача до інформації, стимулюють його пізнавальну діяльність.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Анисимова Е. Е.** Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов / Е. Е. Анисимова. – М. : Издательский центр «Академия», 2003. – 128 с. 2. **Валгина Н. С.** Теория текста : учеб. пособие / Н. С. Валгина. – М. : Логос, 2003. – 280 с. 3. **Вашунина И. В.** Взаимодействие визуальных и вербальных составляющих при восприятии креолизованного текста : Монография / И. В. Вашунина. – Н. Новгород : Изд-во НГПУ, 2007. – 421 с. 4. **Ворошилова М. Б.** Креолизованный текст: основные

принципы определения. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.engectvet.ru/Konferenciya/2s/voroshilova.php/>. 5. **Дубовицкая Л. В.** Феномен креолізованого тексту (на матеріалі креолізованих текстів письмової комунікації) автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец.: 10.02.19 / Л. В. Дубовицкая – М., 2013. – 21 с. 6. **Ейгер Г. В., Юхт В. Л.** К построению типологии текстов // Лингвистика текста: Материалы научной конференции при МГПИИЯ им. М. Тореца. – Ч. I. – М., 1974. – С. 103-110. 7. **Корда О. А.** Креолізований текст в сучасних друкованих ЗМІ: структурно-функціональні характеристики : автореф. дис. ... канд. філ. наук : спец.: 10.01.10 / О. А. Корда. – Екатеринбург, 2013. – 24 с. 8. **Мельник Г. С.** Mass media: психологічні процеси та ефекти / Мельник Г. С. – СПб: СПбГУ, 1996. – 160 с. 9. **Морозов В. П.** Искусство и наука общения: невербальная коммуникация / Морозов В. П. – М., ИП РАН, 1998. – 160 с. 10. **Нежура Е. А.** Новые типы креолізованих текстів в комунікативному просторі інтернету / Е. А. Нежура // Теорія мови та міжнародна комунікація. – Вип. 12. [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://tl-ic.kursku.ru/index.php?page=6&new=12>. 11. **Пойманова О. В.** Семантичне просторі відеовербального тексту : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец.: 10.02.19 / О. В. Пойманова. – Москва, 1997. – 24 с. 12. **Пронина Е. Е.** Психологія журналістського творчості / Е. Е. Пронина. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 320 с. 13. **Сонин А. Г.** Понимание поликодовых текстов: когнитивный аспект : Монографія / А. Г. Сонин. – М., 2005. – 220 с. 14. **Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф.** Креолізовані тексти та їх комунікативна функція / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимізація речевого впливу, – М. : Наука, 1990. – 240 с. 15. **Томчаковський А. Г.** Креолізований текст в навчальних тлумачних словниках англійської мови (функціонально-семантичний аспект) / А. Г. Томчаковський // Записки з романо-германської філології / ОНУ ім. І. І. Мечникова. – 01/2009. – Вип.23. – С. 204-215. 16. **Харрис Р.** Психологія масових комунікацій / Р. Харрис. – М. : Олма-прес, 2002. – 448 с.

Завадська Олена Віталіївна – професор кафедри теорії та практики перекладу Навчально-наукового центру мовної підготовки, Національна академія Служби безпеки України. Україна, 03022, м. Київ, вул. О. Трутенка, 22.

E-mail: ktp05@i.ua

<http://orcid.org/0000-0003-0085-7162>

Zavadska Olena Vitaliivna – Professor of the Department of Theory and Practice of Translation, Academic Centre of Language Training. National Academy of the Security Service of Ukraine. Ukraine, 03022, Kyiv, O. Trutenka Str., 22.