ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.8.9)

Научная статья
УДК 811.161.1'42:811.161.1'271.2
doi: 10.18522/2070-1403-2024-102-1-49-54

КРЕОЛИЗОВАННЫЙ ТЕКСТ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ

© Елена Сергеевна Гайломазова
Ростовский институт защиты предпринимателя, г. Ростов-на-Дону, Россия
elena.gailomazova@yandex.ru

Аннотация. Рассматриваются значение и место текста, а также политической символики, семиотика знаний в политическом дискурсе. Подчёркивается решающая роль языка, поскольку каждое политическое действие сопровождается его использованием, а также находится под его влиянием. Отмечается значение политической лингвистики, связь этой сферы исследований, прежде всего с социолингвистикой и когнитивной лингвистикой, кроме того, с лингвистикой текста и нарративным анализом.

Ключевые слова: дискурс, креолизованный текст, реклама, политическая коммуникация, частичная креолизация, полная креолизация текста.

Для цитирования: Гайломазова Е.С. Креолизованный текст в политическом дискурсе и политической рекламе // Гуманитарные и социальные науки. 2024. Т. 102. № 1. С. 49-54. doi: 10.18522/2070-1403-2024-102-1-49-54

PHILOLOGY

(specialty: 5.9.8)

Original article

Creolized text in political discourse and political advertising

© Elena S. Gaylomazova
Rostov institute of entrepreneur protection, Rostov-on-Don, Russian Federation
elena.gailomazova@yandex.ru

Abstract. The meaning and place of the text, as well as political symbols, and the semiotics of knowledge in political discourse are considered. The decisive role of language is emphasized, since every political action is accompanied by its use and is also influenced by it. The importance of political linguistics is noted, the connection of this field of research, first of all, with sociolinguistics and cognitive linguistics, in addition, with the linguistics of text and narrative analysis.

Key words: discourse, creolized text, advertising, political communication, partial creolization, complete creolization of the text.

For citation: *Gaylomazova E.S.* Creolized text in political discourse and political advertising**.** *The Humanities and Social Sciences.* 2024. Vol. 102. No 1. P. 49-54. doi: 10.18522/2070-1403-2024-102-1-49-54

Введение

Несмотря на тот факт, что все сталкиваются с политической сферой общения ежедневно, политический язык, как и политическая коммуникация, являются предметом исследований современных лингвистов только с двадцатых – пятидесятых годов XX в.

Прежде чем уточнить понятие политический дискурс, стоит обратиться к общей концепции дискурса и подходам его изучения. Проблема определения данного понятия объясняется его междисциплинарным характером, связью с, например, с культурологией, философией, социологией и лингвистикой. Это привело к формированию нескольких подходов и, следовательно, трактовок понятия «дискурс».

С точки зрения коммуникативного подхода дискурс рассматривается как «некая знаковая структура, которую делают дискурсом ее субъект, объект, время, место и обстоятельства создания (производства)» [3, с. 5–19]. Другими словами, понятие представляется в том или

ином виде текстового, обращения, при этом внимание уделялась не только самому вербальному компоненту, но и условиям, в которых он был произведен, всем субъективным и объективным моментам, которые могли иметь влияние на дискурс в определенный момент.

При классификации дискурса исследователи не приходят к общему выводу, что может быть связано с разнообразием подходов к анализу и разноплановостью понятия. Этот факт объясняет характерную комбинацию понятия «дискурс» с генетивным или агентивным определением при анализе, например, социальный дискурс, политический дискурс, дискурс власти, медицинский дискурс, дискурс террора.

С точки зрения реального измерения дискурс рассматривается как речевая деятельность, происходящая в определенный реальный момент времени, пространстве, и характеризующаяся процессностью.

Дискурс, в потенциальном измерении, – семиотическое пространство, состоящее как из вербальных, так и невербальных знаков, которые направлены на обслуживание рассматриваемой коммуникативной сферы. Кроме того, это же измерение рассматривает типичные модели речевого поведения и набор речевых действий.

Чтобы ответить на вопрос о том, какое место текст занимает в модели дискурса, важно учитывать, что виртуальное пространство дискурса состоит из ранее существовавших текстов в том или ином виде, которые заключают в себе часть когнитивной базы, а именно социально-исторический фон дискурса. Так, например, Е.И. Шейгал представляет концепцию институционального дискурса и предлагает формулу, которая выглядит следующим образом: *подъязык; текст; контекст*. В данной модели под «текстом» имеется в виду производимый текст в момент времени и уже существующие тексты.

Обсуждение

При исследовании политического дискурса нельзя не отметить термин «политическая коммуникация», так как оба понятия имеют тесную связь между собой и могут считаться нестрогими синонимами. Коммуникативная деятельность, которая направлена на влияние на сознание и чувства общества для принятия определенных решений и совершения действий, а также пропаганду тех или иных планов и идей, считают политической деятельностью. Изучением данного вида коммуникации как предметом ее исследования занимается политическая лингвистика. Специалисты этой области, с одной стороны, работают с исследованием политической коммуникации в целом, другими словами, главная сфера интересов связана с коммуникативной, речевой деятельностью. А с другой, – проводят анализ, составляют ряд рекомендаций по правильному использованию и построению политической коммуникации. Становится очевидным: главной функцией данного вида коммуникации можно считать борьбу за власть и внедрение социальных и политических идей.

Учитывая вышеупомянутое, стоит отметить, в политическом дискурсе наравне с текстом выступают политическая символика, семиотика знаний, а также возрастает значимость политической фигуры и ее знаковые действия.

Границы политического дискурса достаточно широки, так как тот или иной материал, который связан с политикой, написан политической фигурой или адресованный политику, можно считать в границах поля политического дискурса.

Так, к признакам политического дискурса стоит относить:

1. институцианальность;
2. смысловая неопределенность;
3. вариативность ввиду принадлежности тем или иным жанрам, функциям в пределах «информативность – экспрессивность»;
4. воздействие на сознание и эмоции;
5. театральность;
6. варьирование от монологичности к диалогичности.

Одним из критериев определения политического дискурса выступает цель, которой в данном случае является, как было указано ранее, борьба за власть. Другие критерии изменяются в зависимости от контекста.

Как было указано ранее, дискурс не обладает строгими границами, вследствие чего характеристики разных видов дискурса могут встречаться в одном тексте. Особого внимания требует пересечение политического дискурса с рекламным. В широком значении рекламный дискурс направлен на побуждение к действию. Большинством ученых реклама и рекламный текст рассматриваются как вид коммуникации.

Реклама – форма массовой коммуникации, в рамках которой создаются и распространяются информативные, образные, выразительные и суггестивные произведения, адресованные группам людей с целью побудить их сделать желаемый рекламодателем выбор и действие. Некоммерческая реклама, в данном случае политическая, формирует определенное отношение граждан к политическим деятелям и направлена на контроль отношений в обществе. К функциям рекламы как социальной коммуникации можно отнести: информационную, экспрессивную и прагматическую. В политической рекламе эти функции находят реализацию через жанры политической агитации и пропаганды, листовки и плакаты, дискуссии, выступления перед публикой.

Рекламный текст состоит не только из вербального компонента, но и невербального, который также влияет на восприятие человека, – изображение, аудио и видео сопровождение, шрифт текста, цветовая палитра. Использование дополнительного компонента связано с тем, что информация, представленная только вербально, усваивается лишь на 7%, аудиоматериалы увеличивают эту цифру до 38%, а визуальный компонент – до 55% и вызывает у адресата большее доверие, что является важным критерием для политической рекламы. То, что мы видим, быстрее и легче принимается как истина, вызывает меньше опасений. Текст, характеризующийся двумя составляющими: вербальной частью, связанной с речью, и невербальной, считается креолизированным. В рамках политического дискурса выделяют такие жанровые разновидности креолизованного текста (КТ), как политический плакат, агитационная листовка, политическая карикатура и иллюстративный материал публицистических текстов.

Главной особенностью КТ является тот факт, что визуальная и вербальная части выступают, как единое информационное пространство. Более того, ни один компонент текста не может сохранить свою первоначальную интерпретацию без другого. В КТ полнота передаваемой информации может быть достигнута только при одновременном восприятии всех компонентов текста, в отличие от обычного текста с иллюстрациями.

Креолизованные тексты являются источником новых, оригинальных явлений в коммуникации в современном мире. Конечно, их стремительное распространение Интернете за последние пятнадцать лет привело к тому, что они привлекли внимание многих лингвистов и исследователей. Однако несмотря на огромный интерес, многие ученые до сих не могут дать четкое определение данному термину.

Первыми использовать сочетание «креолизированный текст» стали советские психолингвисты и филологи Юрий Александрович Сорокин и Евгений Федорович Тарасов в конце двадцатого века. Это слово вошло в обиход как лингвистическое понятие креольского языка, которое применяется к естественным языкам, сформировавшимся в результате слияния нескольких культур с использованием разных языков. Е.Е. Анисимова определяет креолизацию как объединение различных средств семиотических систем, которые образуют текст как коммуникативную единицу и определяют его прагматику [1, с. 15]. Таковыми можно назвать, например, языки некоторых бывших европейских колоний, где происходил синтез местных и упрощенных европейских языков в процессе межэтнического общения. Так, языки Гаити, Вануату и даже родные языки Канады и США некоторыми исследователями считаются креольскими на основе английского языка. В дальнейшем модифицированное понятие креолизации стало применяться не только к естественным языкам, но и вообще к любым другим знаковым системам.

Стоит упомянуть также то, что некоторые исследователи вместо термина «креолизованный текст» используют «поликодовый текст», считая, что любое сообщение кодируется и вербальными, и невербальными семиотическими знаками. Они объединяются не только в содержательном аспекте, но и в формальном. Это создает содержащемуся в тексте сообщению определенную структуру. Фотоснимки, иллюстрации, схемы – все это примеры невербальных зна-

ков. Однако, текст, который содержит эти паралингвистические знаки, не всегда возможно назвать поликодовым. В.Е. Чернявская писала: «Речь идет не о механическом сложении вербального и визуального, но о возникновении динамических отношений картинки с «когнитивным модулем» в сознании, с ситуативно обусловленными знаниями адресата» [6, с. 90].

К креолизации того или иного текста относится сложное сочетание различных средств семиотических систем. Таковыми принято считать компоненты изобразительного характера, которые оказывают влияние непосредственно на то, как текст будет интерпретирован. Например, все, что влияет на смысл, оформление текста. В спектр креолизации, а именно в технические моменты, входят как фон, на котором текст размещается, его цветовое оформление. Графическое оформление самого вербального текста также имеет значение, его шрифт, пунктуация, определенные символы, к которым чаще всего относятся пиктограммы и идеограммы.

Следует подчеркнуть тот факт, что единая типология креолизованных текстов все еще отсутствует, так как разные авторы, опираясь на определенные отдельные критерии невербальных и вербальных составляющих, обозначали разные виды креолизованных текстов. Тем не менее, базовой классификацией принято считать ту, что была создана Е.Е. Анисимовой [1, с. 49]. Она делила креолизованные тексты на две степени креолизации, которые зависели от того, в каком положении находится изобразительная составляющая в структуре тексте.

К первому типу относится текст с частичной креолизацией. Как было указано ранее, текст автономен и способен существовать без иконического компонента. Отношения между двумя компонентами являются автосемантическими, изображение сопровождает вербальную часть и носит факультативный характер в организации текста.

В данной статье «Starmer warns Sunak he'll meet 'fire with fire' as UK set for long and dirty election battle» (*Стармер предупреждает Сунака, что он встретит «огонь огнём», поскольку Великобритания готовится к долгой и грязной предвыборной борьбе*), опубликованной в «The Indendent» 05 января 2024 года, представлена частичная креолизация, при которой вербальный компонент статьи способен быть автономным, без изображения. Однако лучшее понимание смысла текста обеспечивается благодаря сопровождаемой текст фотографии (рис. 1).

Рисунок 1

Вторым типом креолизованного текста является текст с полной креолизацией. Без иллюстрации вербальный компонент становится невозможным к пониманию смысла изложенной информации.

Рисунок 2

Образец полной креолизации текста

Примером этому типу служит постер Армандо Милани 2009 года «Translating war into peace», где автор использует голубку, символ мира, несущую букву «А» между словами «War» и «Peace», а также голубой цвет для фона в качестве метафоры мирного времени (рис. 2). При удалении изображения смысл предложения теряется, так как будет состоять из двух несвязанных слов.

При изучении текста, состоящего только из вербального компонента, читатель не обращает внимания на техническую сторону текста: цвет, шрифт, количество колонок и т.д., так как это не имеет значения, смысл сообщения не теряется. Основная цель такого текста – передать информацию так, чтобы читатель понял смысл. То есть с точки зрения содержания адресат примет информацию вне зависимости от того, каково техническое исполнение.

Все современные ученые пришли к выводу о том, что вербальная и невербальная информация, содержащаяся в креолизованном тексте, воспринимается по-разному. Именно поэтому исследователи посчитали вопрос о том, какой из компонентов, вербальный или невербальный, занимает доминирующую позицию. Первая часть исследователей убеждены в том, что словесная часть занимает главенствующую позицию, так как она «воспринимается как нечто цельное с меньшим напряжением, чем вербальный текст» [2, с. 128]. С другой стороны, остальная часть ученых, в том числе В.М. Розин, имеют противоположное мнение: «Визуальные средства, в отличие от вербальных или интеллектуальных (слово, понятие, теории), позволяют человеку практически мгновенно воспринимать запрограммированное воздействие (хотя сработать оно может значительно позднее), причем это воздействие является и более глубоким, поскольку визуальные системы влияют не только на интеллект, но и на эмоционально-чувственный базис человека» [5, с. 26].

Чтобы исследовать восприятие человеком креолизованных текстов, были проведены исследования, по окончании которых ученые заметили, что при добавлении к вербальному художественному тексту изображения негативно сказывается на его интерпретации человеком. Это выражается в снижении уровня как эмоциональности текста, так и его информативности, и убедительности. Из этого следует, что наличие изображения при художественном тексте ставит в рамки восприятие человеком текста, сужает возможности интерпретации. Это связано с тем, что читая текст, человек приписывает ему те характеристики, которые извлечены из его собственной картины мира.

Однако вместе с этим ученые, проводившие исследование, получили данные о том, что использование невербального компонента в рекламном тексте, увеличивают возможности на его интерпретацию, то есть «перестройка смыслового кода направлена в сторону расширения концептуального поля» [4, с. 149]. Более того, при исключении невербального компонента из научно-технических текстов утрачивается его познавательная сущность, в данных случая можно даже сказать, что вербальная часть является связующим звеном. В то же время, в научно-популярном тексте основная мысль содержится в вербальной части, а иллюстрации и схемы лишь дополняют текст. Таким образом, преобладание одного из компонентов над другим обуславливается типом и жанром креолизованного текста.

Выводы

Таким образом, мы уточнили понятие «политический дискурс». В исследовании рассмотрено значение политической символики, семиотика знаний в политическом дискурсе. Показана роль политической лингвистики, связь данной сферы с социолингвистикой, когнитивной лингвистикой, а также с лингвистикой текста и нарративным анализом.

Список источников

1. *Анисимова Е.Е.* О целостности и связности креолизованного текста (к постановке проблемы) // Филологические. науки. 1996. № 5. С. 74–84.
2. *Валгина Н.С.* Теория текста. М.: Логос. 2003.

3. *Карасик В.И.* Религиозный дискурс // Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. Волгоград: Перемена, 1999. С. 5–19.
4. *Мощева С.В.* Другая норма или языковая ошибка // Русская словесность. 2010. № 6. С. 58–62.
5. *Розин В.М.* Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и воспринимает мир. М.: Либроком, 2006. 129 с.
6. *Чернявская В.Е.* Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. М.: Либроком, 2009. 248 с.

References

1. *Anisimova E.E.* On the integrity and coherence of the creolized text (towards the formulation of the problem) // Philological. science. 1996. No. 5. P. 74-84.
2. *Valgina N.S.* Text theory. M.: Logos. 2003.
3. *Karasik V.I.* Religious discourse // Linguistic personality: problems of linguoculturology and functional semantics. Volgograd: Peremena, 1999. P. 5-19.
4. *Moshcheva S.V.* Another norm or a linguistic error // Russian literature. 2010. No. 6. P. 58-62.
5. *Rozin V.M.* Visual culture and perception. How a person sees and perceives the world. M.: Librocom, 2006. 129 p.
6. *Chernyavskaya V.E.* Linguistics of the text: Polycode, intertextuality, interdiscursivity. M.: Librocom, 2009. 248 p.

Статья поступила в редакцию 11.01.2024; одобрена после рецензирования 25.01.2024; принята к публикации 25.01.2024.
The article was submitted 11.01.2024; approved after reviewing 25.01.2024; accepted for publication 25.01.2024.