

КРЕОЛИЗОВАННОСТЬ КАК ОДНА ИЗ ХАРАКТЕРИСТИК АДАптиРОВАННОГО ТЕКСТА

Первухина Светлана Владимировна, кандидат филологических наук, Ростовский государственный университет путей сообщения, 344038, Россия, г. Ростов-на-Дону, пл. Народного Ополчения, 2, e-mail: s_pervuhina@mail.ru.

Статья посвящена одной из характеристик адаптированного текста – креолизованности. Раскрываются такие функции креолизованности, как иллюстративно-информативная, эстетическая и персуазивная. В разных типах текстов в зависимости от их прагматической цели и групп читателей используются разные функции. Для научных и технических текстов характерна иллюстративно-информативная функция, в художественных текстах невербальный компонент реализует эстетическую функцию, в рекламных текстах этот компонент используется с целью воздействия и убеждения потенциального покупателя. Включение в текст невербального компонента позволяет передавать информацию через первую сигнальную систему, что в ряде случаев делает информацию более точной и эффективной.

Ключевые слова: адаптированный текст, креолизованный текст, прагматика текста, понимание и понятность текста, медицинский дискурс, художественный дискурс, рекламный дискурс

CREOLIZATION AS ONE OF THE CHARACTERISTICS OF ADAPTED TEXT

Pervukhina Svetlana V., Candidate of Philological Sciences, Rostov State Transport University, 344038 Russia, Rostov-on-Don, 2 Narodnogo Opolcheniya Sq., e-mail: s_pervuhina@mail.ru.

This article describes creolization as one of the characteristics of adapted text. We consider such functions of creolization as illustrative-informative, aesthetic and persuading. In different types of texts, depending on their pragmatical purpose and groups of readers, different functions are used. In scientific and technical texts there is illustrative-informative function, in belles-lettres texts the nonverbal component realises aesthetic function, in advertising texts this component is used for the purpose of influence and persuasion of the potential buyer. Nonverbal component, when included in the text, allows the author to pass the information via the first signal system, that in some cases makes the information more exact and effective.

Keywords: the adapted text, creolized text, the pragmatist of the text, understanding and comprehension of the text, medical discourse, belles lettres discourse, advertising discourse

Адаптированные тексты являются вторичными текстами, упрощёнными для понимания особой читательской аудиторией. Сфера применения таких текстов широка. Адаптируется научная информация в просветительских целях, создаются учебники и лекции на основе научных монографий и статей, эффективно используются адаптированные художественные книги для обучения чтению. Узкоспециальная информация объясняется для людей без необходимого образования и знаний по этой теме, например, юристы разъясняют тексты законов для широкой читательской аудитории или клиентов, а

медицинская литература упрощается для медсестёр или пациентов. В любом из этих случаев автор-адапатор задумывается о том, как максимально полно и понятно передать информацию текста-источника своим читателям. Одним из решений этой проблемы является создание креолизованного текста.

Под креолизованными текстами понимаются тексты, «фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой / речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [2, с. 180–181]. Отмечают достаточно большое количество типов креолизованных текстов. Полагаем, что это является следствием большого количества типов текстов вообще. Есть жанры, которые практически всегда содержат невербальную составляющую: рекламная листовка, плакат, комиксы и т.д. В адаптированных текстах часто присутствует невербальный компонент в виде фотографий, рисунков, графиков, схем, диаграмм, что можно наблюдать в адаптированных художественных и юридических текстах, медицинских листовках и лекциях, технических инструкциях и учебниках.

Использование невербального компонента в креолизованном тексте действует первую сигнальную систему – это обобщение опыта через визуальный образ. Целью невербального компонента является показать то, что было недоступно опыту неспециалиста – потенциального читателя адаптированного текста. Отметим, что текст-источник, на котором основывается адаптированный текст, создаётся для специалиста в некоторой сфере, то есть читателя с особыми фоновыми знаниями. Это может быть знание иностранного языка и культуры, технической сферы, специально-научной области. Текст-источник при этом так или иначе опирается на эти знания, актуализирует их. В некоторых случаях эти знания можно передать через невербальный компонент при адаптации, минуя вторую сигнальную систему.

Так, тексты медицинских лекций часто сопровождаются фотографиями, иллюстрирующими типичные случаи из медицинской практики. На них можно увидеть, как выглядят симптомы заболевания, состояние до и после лечения, различные степени заболевания или, наоборот, здоровые органы. В силу приблизительности языка многие нюансы тяжело передать с помощью вербального описания, в то время как фотография или рисунок становится самым простым и эффективным способом передачи информации. То же можно наблюдать в технических инструкциях: рисунки показывают, как управлять устройством, или указывают на последовательность действий при работе с компьютерными программами, сборке мебели и т.д.

Интеграция вербальных и невербальных знаков образует структурно-смысловое и функциональное целое, направленное на комплексное воздействие на читателя [1, с. 147]. В адаптированных текстах отмечаются следующие функции невербального компонента:

- 1) иллюстративно-информативная;
- 2) эстетически-эмоциональная;
- 3) персуазивная.

Вид невербального компонента диктуется стилем и жанром текста. Рассмотрим их последовательно.

В текстах научного стиля используются схемы, графики, таблицы с числовыми данными, иллюстрирующие или доказывающие какие-то положения, высказанные в тексте вербально. Цветовые выделения позволяют автору-адапатору акцентировать внимание читателя на важной информации.

Схемы и графики хороши для аналитической оценки информации. Они наглядно представляют динамику изменения данных, числовые отношения и т.д. Невербальный компонент может быть важным доказательным аргументом и частью логической структуры научной статьи или лекции. Само наличие невербального компонента этого вида свидетельствует о научности исследования и представленных данных. Сопоставляя рекламные медицинские лис-

товки, которые представляют собой адаптированные тексты. Отмечалось, что информация текста-источника адаптировалась для врачей или для пациентов, причём способы адаптирования в первом и втором случае отличались. Адаптирование для врачей включало невербальный компонент в виде графиков, диаграмм, таблиц и схем. Как правило, на диаграммах показывают соотношение элементов (например, групп пациентов, принимающих или не принимающих данный препарат, данные об улучшении здоровья и позитивном действии препарата, степень тяжести основных симптомов на фоне лечения данным препаратом и т.д.). Графики показывают изменения в процессах, происходящих в организме (например, снижение скорости образования зубного налёта, снижение кровоточивости дёсен и т.д.).

Адаптирование для пациентов включает несколько иную информацию, соответственно диаграммы и графики использовались только в очень редких случаях. В основном в адаптированных листовках для пациентов можно встретить схемы, которые систематизируют информацию, подчёркивают важность выбранных аспектов препарата.

Художественные тексты сопровождаются иллюстрациями, которые выполняют функцию передачи эстетической информации. Выбор стиля иллюстраций (рисунки, шаржи, фотографии) как часть оформления книги влияют на её общее восприятие. В.Е. Чернявская отмечает в этой связи эстетизацию текста при её сопровождении невербальным компонентом [3, с. 91]. Говоря о художественных текстах, исследователь отмечает, что «художественный текст воздействует на читателя как рационально, так и эмоционально-чувственно... Визуализация сообщения – проявление общей тенденции к эстетизации изображения и одновременно проявление интермедиального характера нашей коммуникации» [3, с. 91]. Эстетический компонент может выражаться вербально и невербально. Адаптированный художественный текст представляет собой сильно компрессированный текст, в котором отсутствуют некоторые персонажи и сюжетные линии, создающие целостный образ в тексте-источнике. Иллюстрации и подписи к ним способствуют созданию целостного образа. Там, где автор текста-источника использует вербальные средства для описания персонажа, в адаптированном тексте может быть иллюстрация, которая предлагает читателю готовый образ. Иллюстрации к художественным адаптированным книгам показывают не только внешность героев книги, но их эмоции, отношение друг к другу. Тонкая канва оттенков эмоционального состояния героев, описываемая в тексте-источнике достаточно большим текстовым фрагментом, заменяется рисунком в адаптированной версии.

Так, адаптированные художественные книги практически всегда снабжаются иллюстрациями, а часто и подписями к этим иллюстрациям. Они отражают какие-то события, изложенные в книге, и подписи – это цитаты из неё. Исследование В.Н. Семерджиди показывает, что иллюстрации являются элементом текстообразования, который значительно увеличивает объём информации текста [1, с. 147]. Такое увеличение восполняет компрессированный при адаптации объём информации. Отражая взятую из текста ситуацию, иллюстрация наравне с текстом осуществляет референцию к данной ситуации. У читателя есть возможность сравнить своё понимание ситуации с интерпретацией художника, которая воспринимается как непосредственно референтная ситуация. Визуальный образ дополняет вербальный текст, заполняя непонятое или недосказанное.

Невербальный компонент в рекламе выполняет персуазивную функцию. Он является способом сообщения максимально компрессированной логически-эстетической информации. Образ, воспроизведённый в рекламе, воздействует на потенциального покупателя, откладывается в памяти, побуждает к покупке этого продукта.

Одним из способов передачи информации в тексте является использование невербальных элементов. Различный шрифт и цвет шрифта может использоваться для акцентирования особой информации, рисунки и схемы передают важные данные в научных текстах и т.д. Невербальный компонент является смыслообразующей составной частью креолизованного текста. Передавая разную информацию, обе части являются составляющими единого целого.

Список литературы

1. Семерджиди В. Н. Дидактический текст по иностранному языку как креолизованный текст (на материале современных учебников английского и русского языков) / В. Н. Семерджиди // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2014. – № 1. – С. 146–149.
2. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия : сб. науч. тр. – Москва : Наука, 1990. – С. 159–184.
3. Чернявская В. Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность : учеб. пос. / В. Е. Чернявская. – Москва : Либроком, 2009. – 248 с.

References

1. Semerdzhidi V. N. Didakticheskij tekst po inostrannomu jazyku kak kreoizovannyj tekst (na materiale sovremennyh uchebnikov anglijskogo i russkogo jazykov) // Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. Lingvistika i mezhkul'turnaja kommunikacija, 2014, № 1, pp. 146–149.
2. Sorokin Ju. A., Tarasov E. F. Kreoizovannye teksty i ih kommunikativnaja funkcija // Optimizacija rechevogo vozdejstvija. Moscow, Nauka, 1990, pp. 159–184.
3. Chernjavskaia V. E. Lingvistika teksta: polikodovost', intertekstual'nost', interdiskursivnost'. Moscow, Librokom, 2009. 248 p.

СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТОВ «ЖЕНЩИНА» И «БАБА»

Досимова Марта Саиновна, кандидат филологических наук, Астраханский государственный университет, 410056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: aleoniya@mail.ru.

Статья посвящена изучению средств языковой объективации фрагментов русской национальной концептосферы «женщина» и «баба» и их сравнительно-сопоставительному анализу. Материалом исследования послужили данные ассоциативного эксперимента. Результаты анализа позволяют установить статусы рассматриваемых концептов, концептуализирующих близкие явления. Исследование показало, что «женщина» и «баба» являются разными концептами русской концептосферы.

Ключевые слова: концепт, близкие концепты, концепт «женщина», концепт «баба», сравнительно-сопоставительный анализ концептов

THE COMPARATIVE ANALYSIS OF THE CONCEPTS «ЖЕНЩИНА» AND «БАБА»

Dosimova Marta S., Candidate of Philological Sciences, Astrakhan State University, Astrakhan, Russia, 410056, 20a Tatishchev st., e-mail: aleoniya@mail.ru.