

УДК 81'33

Дубовицкая Л.В.

Московский государственный областной университет

ФУНКЦИИ ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ ИКОНИЧЕСКИХ КОМПОНЕНТОВ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ

L. Dubovitskaya

Moscow State Regional University

PRECEDENT PHENOMENA IN ICONIC COMPONENTS OF WRITTEN CREOLIZED TEXTS

Аннотация. Автор анализирует явление прецедентности на иконическом уровне креолизованных текстов. Рассматривается цитация и квазичитация прецедентных текстов. Помимо основных функций изображения, выделяются специфические функции визуальных прецедентных феноменов в иконической части креолизованного текста, такие, как функция создания имиджа, характеристическая, сатирическая, создания проспекции и ретроспекции.

Ключевые слова: прецедентный текст, визуальный прецедентный феномен, креолизованный текст, вербальный компонент, иконический компонент, проспекция, ретроспекция.

Abstract. The author analyses precedent phenomenon at the iconic level of creolized texts. The article views both quotation and quasi-quotation of precedent texts. Apart from the main pictorial functions, other specific functions of visual precedent phenomena in the iconic part of creolized texts are specified. They are functions of creating images, prospecting and retrospection, as well as functions of characterising and satirising.

Key words: precedent text, visual precedent phenomenon, creolized text, verbal component, iconic component, prospecting, retrospection.

Теория прецедентности продолжает привлекать внимание исследователей. Термин «прецедентный текст» был впервые введен в научную практику Ю.Н. Карауловым в докладе «Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности» на VI Международном конгрессе преподавателей русского языка и литературы в 1986 г. [1, с. 10]. Под **прецедентным текстом** понимается «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности, полипредикативная единица; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу; прецедентный текст хорошо знаком любому среднему члену лингвокультурного сообщества, в когнитивную базу которого входит инвариант его восприятия, обращение к нему многократно возобновляется в процессе коммуникации через связанные с этим текстом высказывания или символы», которые являются прецедентными феноменами [3, с. 106]. Основанием данного феномена служат общие фоновые знания адресата и адресанта, например социальные, культурные, языковые. Говоря о прецедентных феноменах, представляется необходимым отметить, что ученые выделяют следующие их виды.

– *Автопрецеденты* – индивидуальное отражение в сознании индивида некоторых феноменов окружающего мира, связанных с особыми личностными представлениями, ассоциациями. Здесь уместно говорить о впечатлениях, воспоминаниях о детстве и т. д.

– *Социумно-прецедентные феномены* известны любому среднему представителю социума, входят в коллективное когнитивное пространство. Если говорить о, например, христианском социуме, то прецедентным текстом можно считать текст Евангелия (Иуда, Фома неверующий, краеугольный камень).

© Дубовицкая Л.В., 2012.

– Национально-прецедентные феномены известны любому среднему представителю того или иного лингвокогнитивного сообщества. Примером можно считать персонажей сказок, героев наиболее известных фильмов той или иной страны.

– Универсально-прецедентные феномены – известны любому современному «человеку говорящему», входят в универсальное когнитивное пространство человечества.

Проявления прецедентности в креолизованных текстах – «текстах, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей другой знаковой системе, нежели естественный язык)», к сожалению, еще не получили должной оценки со стороны исследователей [5, с. 180]. Попытка описать явление прецедентности в заглавиях креолизованных текстов была предпринята Адзиновой А. А. на материале языка глянцевого журналов. При этом принимались во внимание лишь языковые проявления прецедентности в вербальном компоненте креолизованного текста без учета возможности участия прецедентных феноменов в организации иконического компонента. Мы в своем исследовании хотели бы исправить эту «несправедливость» по отношению к креолизованным текстам, компоненты

которых не могут существовать автономно и, следовательно, должны изучаться вместе.

Мы полностью согласны с тезисом Е.А. Земской о том, что прецедентные тексты могут включаться в текст как в неизменном виде (цитация), так и в трансформированном, переделанном (квазичитация) [4, с. 157]. Анализируя прецедентные тексты, включенные в иконические компоненты креолизованных текстов, мы пришли к выводу, что авторы прибегают как к квазичитации, так и к цитации. Подтвердим свои рассуждения примерами.

Проанализируем рекламный плакат оператора сотовой связи Финляндии DNA (рис. 1). Вербальный компонент этого креолизованного текста – «The Third Mobile Operator» – не несет в себе прецедентности, в отличие от иконического компонента. Сказка о Гулливере как национально-прецедентный феномен известна большинству жителей европейских стран. Два великана, связанные Гулливером, символизируют двух крупнейших сотовых операторов Финляндии, связанных самым маленьким – DNA. При помощи этого иконического компонента создатели плаката говорят нам: «Мал, да удал!». В данном случае визуальный прецедентный текст не изменяется, поэтому уместно говорить о цитации.



Рис. 1



Рис. 2.

Наглядным примером квазицитации может служить рекламный плакат дезодоранта Ахе, приведенный на рис. 2. Визуальным компонентом является национально-прецедентный текст сказки о Белоснежке и семи гномах. Однако адресат видит вовсе не семь гномов, а семь прекрасных Белоснежек вокруг танцующего гнома, очевидно, покинутого своими братьями. Такое переименование прецедентного текста не снижает его узнаваемости, а лишь еще раз подчеркивает мысль создателей рекламы – с дезодорантом Ахе вы не останетесь без внимания женского пола.

Приведенные выше примеры не только подтверждают возможность и широкое рас-

пространение визуальных прецедентных текстов, но и иллюстрируют их использование в рамках иконического компонента креолизованного текста.

Рассуждая о функциях визуальных прецедентных феноменов в креолизованных текстах, помимо основных функций изображений, выделенных Е.Е. Анисимовой (аттрактивная, информативная, экспрессивная и эстетическая функции), нам бы хотелось выделить следующие:

1. Функция создания имиджа – визуальный прецедентный феномен (чаще всего – портрет или фотография известного политика) вместе с вербальными средствами участвует в создании имиджа политического деятеля. В данном случае речь идет, прежде всего, о цитации. Визуальный прецедентный текст используется, чтобы высветить те или иные черты данного деятеля (силу воли, решительность, добропорядочность, простоту и т. д.) для повышения его привлекательности для избирателей, вызывающих у них уверенность в правильности своего выбора, например в политических плакатах «Obama. A self-made man» (рис. 3) и «Vote for John McCain» (рис. 4).



Рис. 3.

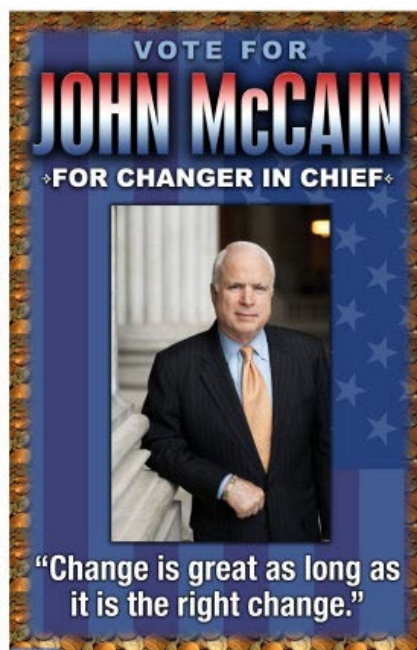


Рис. 4.



Рис. 5.

2. Характерологическая функция – визуальный прецедентный феномен наряду с вербальными средствами используется для создания временного, социального, территориального, национального колорита. Например, на рис. 5 прецедентный текст (изображение известного мультипликационного персонажа кота Гарфилда) способствует созданию социального “детского” колорита в плакате, призывающем молодежь пить молоко. Образом своеобразный фон для вербальной части, изображение обогащает его ассоциативно и усиливает воздействие вербального текста (*Got milk?*) на подростков.



Рис. 6.

3. Сатирическая функция – визуальный прецедентный феномен создает определенный юмористический или сатирический эффект. В этой функции обычно используются определенные жанры графики, такие, как шарж, карикатура, коллаж, иронический фотомонтаж. Изображение само по себе может быть понятно “без слов” и вызывать смех или улыбку у адресата, но в политическом плакате оно обычно сочетается с вербальным компонентом, что усиливает юмористический или сатирический эффект. Например, на рис. 6 представлена карикатура Барака Обамы под названием «Try my brand. Socialism. Masterfully crafted for underachievers». В нем сатирический эффект достигается не только с помощью вербального компонента, но и прецедентного текста, представленного в иконическом компоненте. В дыме, поднимающемся из сигареты политика, легко разглядеть не только значки доллара (\$), но и “серп и молот”, которые, как и изображение Барака Обамы, можно отнести к универсальным прецедентным текстам, известным всем жителям земного шара.

4. Функция создания перспективно-го плана. Визуальные прецедентные тексты могут способствовать созданию перспективного плана изображения. Чаще всего они встречаются в текстах, посвященных еще не реализованным проектам, в плакатных, рекламных, фантастических текстах, где с их помощью изображаются действия, ожидаемые от адресата в будущем. В качестве примера приведем рекламный плакат бульона Магги.

Квазичитированный визуальный прецедентный текст – изображение национального мемориала США горы Рашмор в Южной Дакоте. Только теперь на ней изображены не четыре президента США, а четыре женских скульптурных портрета. Вот что, по мнению создателей плаката, могло бы произойти, «if only women spent less time cooking», и использовали бульонные кубики указанной марки.

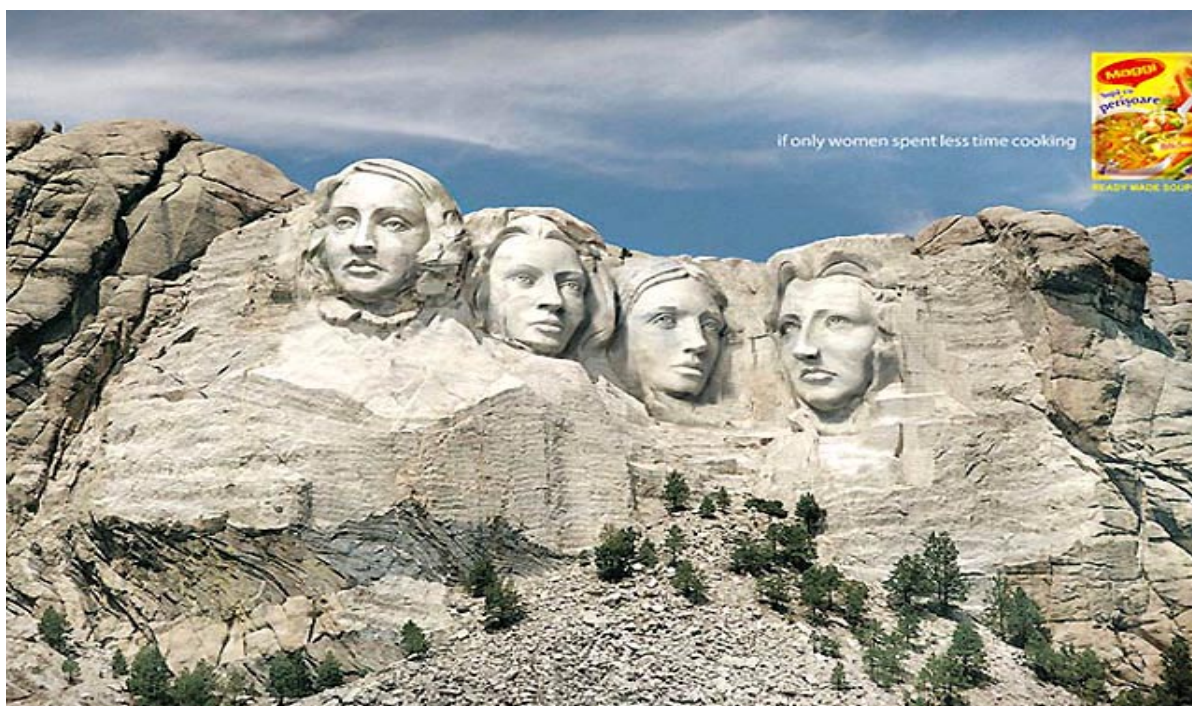


Рис. 7.



Рис. 8.

5. Функция создания ретроспективного плана. Прецедентные тексты отсылают нас к событиям, имевшим место в прошлом, ранее событий, описанных вербальным компонентом. Примером может служить рекламный плакат курьерской службы DHL, представленный на рис. 8. Вербальный компонент «For important deliveries just call DHL», относящийся к настоящему времени, “подкрепляется” опытом компании в доставке важных отправок в прошлом – изображением Троянского коня. Данный визуальный прецедентный текст можно

считать универсально-прецедентным феноменом, хорошо известным любому человеку.

Таким образом, мы увидели, что прецедентные феномены могут использоваться в креолизованных текстах как на вербальном, так и на иконическом уровне. Адресанты прибегают к использованию и цитации и квазицитации, в зависимости от преследуемой ими цели. Наибольшее применение находят национально- и универсально-прецедентные тексты. Мы выделили ряд функций, специфичных для визуальных прецедентных феноменов на иконическом уровне креолизованного текста. Но, несмотря на достигнутые результаты, проблема визуальной прецедентности не представляется нам достаточно изученной и требует дальнейшей разработки.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Адзинова А.А. Явление прецедентности в заглавиях креолизованных текстов: на материале языка глянцевого журналов: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Майкоп, 2007. – 222 с.
2. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. – М.: Academia, 2003. – 128 с.
3. Гудков Д.Б. и др. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний / Гудков Д.Б., Красных В.В., Захаренко И.В., Багаева Д.В. // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. – 1997. – № 4. – С. 106-118.
4. Земская Е.А. Цитация и ее виды трансформации в заголовках современных газет / Е.А. Земская // Поэтика. Стилистика. Язык и культура: Памяти Т.Г. Винокур. – М., 1996. – С. 157-168.
5. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. – 239 с.