**МОДАЛЬНОСТЬ КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА**

Одной из важнейших текстовых категорий является категория модальности. Применительно к тексту понятие «модальность» до сих пор не получило своего общепризнанного толкования и его гра­ницы в лингвистической литературе остаются достаточно расплыв­чатыми. Обычно под модальностью понимается текстовая катего­рия, выражающая отношение говорящего к сообщаемому, его оцен­ку содержания речи. И. Р. Гальперин отождествляет текстовую мо­дальность с субъективно-оценочной характеристикой предмета речи в тексте [Гальперин, 1981]. При этом к текстам, обладающим мо­ральностью, исследователь относит поэтические, публицистические тексты, научные же тексты, характеризующиеся бесстрастностью, логичностью, аргументированностью, рассматриваются как тексты с нулевой модальностью.

Более правомерным, на наш взгляд, представляется расширенное толкование модальности как категории, включающей саамы е разные виды квалификации сообщаемого, в том числе наряду с субъективной (эмоциональной, положительной, отрицательной и др.) объективную (логическую, интеллектуальную и др.) оценку содержания текста.Тек­стовая модальность при этом проявляется по-разному: в одних текстах доминирует или является единственно возможной объективная оценочность (прежде всего в научных, деловых текстах), в других, напротив, превалирует личностная, индивидуальная оценочность (особенно в художественных, рекламных, политических текстах.

Текстовая модальность пронизывает как отдельные отрезки текста, так и весь текст в целом. Реализация текстовой модальности осуществляется с помощью всего арсенала языковых средств, ис­пользуемых в тексте: грамматических, лексических, фразеологиче­ских, интонационных, стилистических. В паралингвистически ак­тивных текстах значительную долю модальной информации несут, невербальные средства. Г. П. Немец отмечает: «Известные лингви­стической науке так называемые традиционные средства модаль­ности в процессе языкового развития, обогащения человеческого общества все новыми формами как языка, так и неязыковыми (экс­тралингвистическими и паралингвистическими) возможностями, значительно расширяют свои границы...» [Немец, 1991, 178]. Извлечение модального компонента смысла креолизованного текста, определение его «модального ключа» происходит на основе восприятия информации, заключенной в вербальных и невербальных знаках познающей ее языковой личностью. Особое значение при­обретают при этом фоновые знания, мироощущение, эмоции, же­лания получателя текста.

Роль иконических средств в модальной характеристике креоли­зованного текста не является однозначной. Так, одни иконические знаки могут выступать в качестве самостоятельного носителя оп­ределенной модальности, например побудительной (в предупреж­дающих, запрещающих дорожных знаках). Субъективная оценоч­ность в значительной степени присуща картинам. Небезынтерес­ной в данном отношении представляется точка зрения А. К. Варга, считающего, что в живописи могут быть выделены нарративные и аргументирующие картины [Varga, 1990]. В то время как задача пер­вых заключается в том, чтобы рассказать зрителю/адресату о тех или иных событиях, показать их в развитии (в рамках одной или серии картин), задача вторых заключается в том, чтобы убедить ад­ресата в чем-либо. При этом изображение выступает в качестве аф­фективного, эмоционального аргумента, выражающего широчай­ший спектр авторских оценок (восхищение, возмущение, сочувствие и т.д.), нередко между нарративными и аргументирующими карти­нами трудно провести границу. Так, например, в иконах с клейма­ми, изображающими жития святых (Сергия Радонежского, Сера­фима Саровского и др.), изображения не только повествуют о со­бытиях их жизни, но и являются визуальными аргументами, свиде­тельствующими об их чудодейственной силе. Личная оценочность ярко проявляется в таких жанрах живописи, как карикатура, шарж (отрицание, ирония, насмешка и др.).

В значительной мере личностная оценка присуща художествен­ной и документальной фотографии. И. Д. Бальтерманц отмечает в данной связи, что «даже самый "объективный" документальный кадр не может не содержать в себе личный фактор, потому что тех­ника в руках фотографа лишь инструмент, подчиняющийся его воле» [Бальтерманц, 1981, 33]. И далее: «...содержание полноцен­ной журналистской фотографии представляет собой неразрывное единство отражаемой действительности и ее авторской оценки, ос­мысления, выявления сути изображаемого» (там же, с. 36). Можно предположить, что графики, таблицы, схемы, научно-познаватель­ные иллюстрации, фиксирующие результаты рациональной мысли­тельной деятельности людей, являются носителями объективной мо­дальности.

В большинстве случаев иконические средства в силу расплыв­чатости, меньшей определенности своей семантики по сравнению с вербальными средствами, как справедливо отмечает И. А. Кочетков, «нуждаются в дополнительном знании, то есть в конечном счете, в помощи слова» [Кочетков, 1974, 32]. При этом в креолизованном тексте как преимущественно коллективно-авторском тексте проис­ходит «согласование» коммуникативных компетенций нескольких авторов – составителя вербальной части текста, художника-офор­мителя, редактора и др., коррекция их оценок содержания выска­зывания текста. В зависимости от языкового контекста один и тот же иконический знак может приобретать разную модальность. Так, изображение знаменитой церкви Покрова на Нерли служит научно-познавательным целям в «Истории русского искусства» (М., 1957. – Т. 1), способствует выражению объективной оценки содержания тек­ста, в молитвенном тексте этот же знак создает модальность пре­красного (возвышенного отношения к передаваемой информации), в рекламном проспекте с помощью данного изображения выража­ется побудительная модальность текста. Распределение модальной информации между частями креолизованного текста может быть различным: в то время как в одних текстах основными носителями оценочной информации являются вербальные средства, а иконические средства лишь «поддерживают» последние, в других тек­стах модальность задается иконическими средствами, передающи­ми экспрессию, эмоциональный заряд текста (например, часто в фотохронике, репортаже с места событий и т.д.;

Между вербальными и иконическими знаками креолизованного текста в модальном аспекте выделяются следующие основные типы отношений.

1. Модальные ключи вербальных и иконических средств совпа­дают, «гармонируют» друг с другом.

Рассмотрим в качестве: примера две журнальные статьи. В пер­вой статье «Keine Nаrben nach der Operation» доминирует объек­тивная оценочность. Статья в популярной форме информирует чи­тателей о новом обезболивающем хирургическом аппарате, не ос­тавляющем швов после хирургического вмешательства. Рациональ­ная оценка передаваемого содержания передается в языковом пла­не с помощью медицинских терминов, например das Laporaskop, die High-Tech-Operationsmethode, Kohlendioxyd и т.п., употребле­нием индикатива, нейтральных повествовательных предложений, ссылкой на чужое мнение (профессора, разрабатывающего методы «мягкой хирургии», его пациентки) и других средств. С вербальной частью сочетается иконическая часть – фотография хирурга со скальпелем в руке во время операции. Пытливый, сосредоточенный взгляд врача, его уверенные движения, приглушенные голубые тона изображения – все создает ощущение спокойствия, обнадеживаю­ще воздействует на адресата, свидетельствует об объективности, до­стоверности передаваемой информации (рис. 7). Модальность тек­ста может быть интерпретирована и как скрытый призыв к читате­лю в случае необходимости прибегнуть к пропагандируемому хи­рургическому средству.

В данном модальном ключе выдержана статья «Stasi Nacht und Blütenstaub», в которой доминирует субъективная эмоциональная оценочность. В статье речь идет о запустении, забвении мест, свя­занных с жизнью выдающегося поэта-романтика XVIII в. Новалиса, на территории бывшей ГДР, где из-за своих монархических и религиозных взглядов он не был признан официальной пропаган­дой. В языковом плане субъективная модальность передается с по­мощью эпитетов, выраженных прилагательными в превосходной степени, например belanglosest, ergebnisärmst, stärkst, bedeutungslosest, образных сравнений, например wie em im Elektronenbeschleimiger zusammengebackenes Element, возвышенных парафраз, например den Tod auf der Stirn tragen, die Arithmetik des Schicksals, и др. средств. Оценочность текста передается и с помощью иконических средств, которые усиливают разоблачающую направленность вербальной части текста. В статье противопоставляются два изображения – гравюра замка, в котором родился поэт, и современная фотогра­фия 1980-х годов этого же здания, едва не снесенного, несущего на себе следы разрушения, варварского отношения к памятнику культуры (см. рис. 8, а и б).

2. Модальные ключи вербальных и иконических средств разли­чаются, при этом иконические средства «смягчают» или делают бо­лее «жесткой» оценочность вербального компонента.

Примером могут служить листовки, где нередко «серьезная» по содержанию вербальная часть (заявление, воззвание, обращение, при­глашение и др.) сопровождается карикатурами, веселыми рисунка­ми, комиксами, вносящими в побудительную модальность текста эле­мент задорности, ироничности. Так, в листовке студентов-аграри­ев Гумбольдтовского университета, призывающих своих товарищей принять участие в совместной встрече и обсудить актуальные про­блемы их жизни, рядом с нейтральной по языковому оформлению вербальной частью помещено изображение бычка, служащее наме­ком на последующую профессиональную деятельность молодых людей (см. рис. 9), что придает всему тексту шутливую тональность.

3. Модальные ключи вербальных и иконических средств контра­стируют друг с другом.

Положительная оценочность одного компонента (вербального/ иконического) «перекрывается» и сводится на нет отрицательной



оценочностью другого компонента (иконического/вербального). Возникающий в результате этого диссонанс создает эффект «обма­нутого ожидания», что используется в комических и сатирических целях, например в поздравительной открытке «С годовщиной свадьбы», где под надписью на черном фоне изображены руки мужчины к женщины с обручальными кольцами, скрепленные наручниками.

Соединение, слияние модальных ключей вербальных и иконических средств в креолизованном тексте определяют его модальность в целом, обусловливают особенности его воздействия на адресата.

Вопросы и задания

Что понимается под «модальностью» текста?

Как участвуют иконические средства в создании текстовой модально­сти?

Приведите примеры, иллюстрирующие участие паралингвистических средств в создании субъективной модальности текста (в прессе, рекламе, улич­ных объявлениях, плакатах и др.)-

Покажите на конкретных примерах случаи совпадения, «гармонии» мо­дальных ключей вербальных и иконических средств в тексте, а также их кон­трастности.

**ТЕМПОРАЛЬНОСТЬ КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА**

Важнейшей категорией текста является категория времени. Темпоральная структура текста отличается сложностью: в ней может отражаться как объективная действительность с ее реальными : временными отношениями, например в газетно-публицистических, научных текстах, так и фиктивный мир с вымышленными времен­ными отношениями, например в художественных текстах. Г.А.Золотова выделяет во временной структуре текста три временные оси:

линия Т1 – внешнего по отношению к тексту, объективного, хро­нологического, исторического, природного. Оно может упоминать­ся как точка отсчета;

линия Т2 – линия событийная: все события связаны между со­бой таксисными отношениями одновременности и равновременности, предшествования или следования;

линия Т3 – перцептивная. Это позиция говорящего во времени и в пространстве по отношению к событиям, наблюдательный пункт героев [Золотова, 1995].

В темпоральной структуре художественных текстов соединяют­ся два временных плана – фабульное расположение событий во времени в их естественной хронологической последовательности (обычно оно выражается с помощью презенса и претеритума, об­разующих временную константу текста) и сюжетное расположение добытой во времени, в котором они предстают перед читателем. Для сюжетного временного плана характерно нелинейное, нехронологическое расположение событий, связанное с особенностями позиции автора, его героев во времени по отношению к происходя­щему. С сюжетным временным планом связаны такие текстовые категории, как ретроспекция и проспекция, впервые введенные И.Р.Гальпериным [Гальперин, 1981]. Н.В.Брускова предлагает понимать под ретроспекцией такую последовательность изложения событий, когда последующий отрезок текста отсылает читателя к событиям, имевшим место раньше событий, описанных в предыдущем отрезке. В соответствии с' этим под проспекцией понимается последовательность изложения событий, когда предшествующий отрезок текста отсылает к событиям, которые имели или, вероят­но, будут иметь место позже тех событий, которые описываются в последующем отрезке [Брускова, 1983].

Более широкое толкование категорий проспекции и ретроспек­ции предлагается Г.Вайнрихом, который во временной перспек­тиве текста выделяет нейтральную перспективу (Neutral-Perspektive) и различительную перспективу (Differenz-Perspektive), вклю­чающую ретроспекцию (Rückperspektive) и проспекцию (Vorausperspektive).

В то время как нейтральная перспектива отражает линейный ход событий, различительная перспектива сигнализирует о нарушении хронологического порядка событий, их сдвиге в сторону более ран­них событий, обращенности в прошлое (при ретроспекции) или об­ращенности в будущее (при проспекции). В качестве доминирующих грамматических маркеров ретроспекции выступает перфект и плюс­квамперфект, доминирующим маркером проспекции является футурум [Weinrich, 1993].

При исследовании темпорального креолизованного текста воз­никает естественный вопрос о том, могут ли иконические средства в силу своей онтологической природы быть выразителями опреде­ленной временной информации, а также в какой мере они могут участвовать в темпоральной организации текста? Специалисты по семиотике, теории визуальной коммуникации пытаются провести определенные параллели между отдельными жанрами живописи и языковыми средствами выражения темпоральности, в частности рассматривая исторические, эпические картины как претеритальные картины, а картины, изображающие Апокалипсис, как футуральные картины [Text und Bild..., 1990]. Оставляя открытым воп­рос о временной характеристике отдельных жанров живописи, сле­дует отметить, что в креолизованном тексте иконические средства могут самостоятельно нести определенную временную информацию (обычно это изображения предметов материальной культуры оп­ределенного периода, например пирамид, сфинкса и др.), чаще же они «вписываются» во временной план вербальной части текста и поддерживают его.

На временной оси «прошлое – настоящее – будущее» икониче­ские средства в креолизованном тексте соотносятся с планами на­стоящего и прошлого, что обусловлено особенностями визуальной коммуникации, передающей в чувственных зрительных образах информацию главным образом о предметах, процессах, явлениях, уже материализованных в объективной действительности. Роль рет­роспекции и иконических средств ее выражения различна в разных типах текста. В публицистических статьях, комментариях, интервью и др. использование ретроспекции и иконических средств ее выражения может быть связано с необходимостью напомнить читателю о происшедших событиях, создать условия для их более глу­бокого и всестороннего анализа.

Рассмотрим в качестве примера статью «Nivea-Nackedei von 1926 macht nun selbst Fotos» (Wochenzeitung, 11. Febr., 1995), ставящую цель проследить судьбу популярной в 20-е годы фотомодели, рек­ламировавшей всемирно известный крем «Нивея». В темпоральной структуре текста представлены два временных плана – план на­стоящего, соответствующий условному «сегодня» бывшей фотомо­дели, который грамматически выражен презенетом, и план прошло­го, включающий две ретроспективные линии: линию далекого прошлого (воспоминания о времени, когда фотомодель была ре­бенком), грамматически выраженную претеритом и плюсквампер­фектом, и линию недавнего прошлого (происшедшие события в жизни уже пожилой женщины), обозначаемую с помощью претерита и перфекта. Ретроспективный план статьи визуализируется с помощью иконических средств: в ней сопоставляются фотография маленькой девочки, рекламирующей крем «Нивея» (сопровождаю­щая подпись в претерите «Sonett lächelte Hertha Speck vor 69 Jahren für Hautcreme Nivea»), и фотография улыбающейся пожилой жен­щины с рекламой тех лет в руках (сопровождающая подпись в презенсе «...und so, wenn sie an damals denkt») (рис. 10). Благодаря при­менению иконических средств временной план текста обогащает­ся, а возможности ориентации в нем читателя расширяются.

В рекламных текстах применение ретроспекции и иконических средств ее выражения диктуется стремлением адресанта убедить по­требителя в надежности своей фирмы, высоком качестве произво­димой ею продукции, предлагаемых ею услуг.

Иконические средства, обладающие темпоральной маркирован­ностью, используются для того чтобы:

- сообщить, что фирма существует давно и имеет прочные тра­диции. Как правило, с этой целью в рекламе изображаются предме­ты старины, гравюры, сигнализирующие о времени возникновения фирмы, указывающие на товары, принесшие ей известность уже в прошлом;

- подчеркнуть достоинства, преимущества рекламируемого то­вара. Так, иконические средства призваны в данном случае вызы­вать прямые ассоциации с рекламируемым товаром, основанные на внешнем сходстве, или опосредованные ассоциации, в основе которых заложен тот или иной абстрактный признак. Примером использования прямых и опосредованных ассоциаций между това­ром и иконическими знаками может служить реклама мужской обу­ви: «Seit Erfindung des Mokassins konсеntrieren wir uns nur auf eines: Schuhj noch besser zu machen». В тексте даются три изображения – американского индейца, индейских мокасин конца XIX в. и совре­менной пары обуви, производимой фирмой «Сиокс». Между изоб­ражениями устанавливается ретроспективная связь, свидетельству­ющая о том, что мокасины, существующие с давних пор, зареко­мендовали себя как наиболее удобная и ноская мужская обувь и в наши дни.

Аналогичные ассоциации возникают в рекламе женских сумок: «Wie zeitlos das Design unserer Produkte ist, sehen Sie daran, daβ es schon vor 3500 Jahren modern war». В рекламе даются изображения египетских пирамид и повторяющей их по форме модели современ­ной сумки из высококачественной кожи (см. рис. 11).

Более сложный комплекс опосредованных ассоциаций исполь­зуется в рекламе усилителя звука. Рекламный текст включает изоб­ражение гарцующего на коне Наполеона до его поражения при Ва­терлоо – надпись над изображением: «Der stärkste seiner Klasse (Bis Waterloo)», рядом помещено изображение аппарата усиления зву­ка – надпись: «Der stärkste seiner Klasse (Wo eigentlich ist Waterloo?)» (см. рис. 12). В рекламе используется прием персонификации, бла­годаря чему усилитель сравнивается с Наполеоном. В основе рет­роспективной ассоциативной связи лежит признак непобедимости, который в данном контексте может быть интерпретирован следую­щим образом: в отличие от Наполеона рекламируемый аппарат не знает поражений, он всегда лучший, всегда «на коне».

Значительно реже иконические знаки участвуют в создании про­спективного плана креолизованного текста: обычно они встреча­ются в текстах, посвященных еще нереализованным проектам, в фантастических текстах, в плакатных и рекламных текстах, где с их помощью в наглядной форме проецируются действия, ожидаемые от адресата в будущем.

Приведем в качестве примера рекламу кошачьего корма «Вискас». Апеллируя к владельцам кошек и побуждая их к приобрете­нию корма для своих питомцев, адресант прибегает к шутливой форме обращения к непосредственным потребителям продукта – кошкам, которым дается команда: «Auf die Häppchen... fertig... los!» Побудительность усиливается употреблением претеритальной фор­мы конъюнктива, с помощью которой настоятельно формулирует­ся «волеизъявление» животного: «Katzen würden Wiskas kaufen».

Футуральный план, выраженный вербальными средствами, под­держивается в тексте иконическим средством – изображением кош­ки, изготовившейся к стремительному прыжку в сторону банок с рекламируемым кормом. Подобный пример встречается в рекламе корма для собак (рис. 13).

**6. ЛОКАТИВНОСТЬ КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА**

Категория локативности трактуется в лингвистике как семанти-Л ческая категория, представляющая собой языковую интерпретацию мыслительной категории пространства [Теория функциональной-грамматики. Локативность. , 1996]. В таком понимании данная ка­тегория интенсивно разрабатывается в аспекте функциональной грамматики, в частности в теории грамматико-лексических полей. Более узкое значение эта категория приобретает применительно к тексту, где она представлена совокупностью языковых средств разных уровней, оформляющих пространственный континуум конкрет­ного текста и образующих его «локальную сетку» [Ноздрина, 1997]. В отличие от гомогенных вербальных текстов в креолизованных текстах понятие локативность приобретает более сложный смысл и может быть истолковано как категория, отражающая простран­ственные отношения как с помощью вербальных, так невербаль­ных, прежде всего иконических (изобразительных), средств. Вклю­чение последних в арсенал средств выражения локативности обус­ловлено самой природой категории пространства, выступающей в одной из своих ипостасей в зрительно-осязательной форме, что пред­определяет ее тяготение к визуализации в тексте.

Прежде чем перейти к исследованию категории локативности в креолизованном тексте, рассмотрим основные виды пространства.

**Физико-геометрическое пространство.** Существует как объектив­ная данность. Этому пространству соответствуют как абстрактные, научные представления о данной категории как форме существования материи, так и бытовые представления о ней как протяженности, месте, расположенности, месте, расположении конкретных предметов.

**Историческое пространство.** Выражает пространственные отно­шения, пространственные реалии, существовавшие в прошлом на определенной исторической стадии развития человечества.

**Духовное пространство.** Является пространством «инобытия», не доступным в отличие названных выше видов пространства для измерения, областью существования не реальных физических объек­тов, а духовных сущностей, эманации. Духовное пространство пред­ставлено следующими типами:

а) мистическое (сакральное) пространство, являющее собой сферу взаимодействия человека с силами потустороннего мира (святыми, ангелами, демонами и др.);

б) художественное пространство, представляющее собой сферу воображения, «продукт творчества автора, эстетический способ речевого воплощения физического и философского аспектов в пре­делах прозаического и поэтического текстов» [Чернухина, 1987, 9];

в) индивидуальное пространство, являющее собой пространство мыслей, чувств конкретного человека, личную зону его духовного взаимодействия с другими людьми.

Проблема соотношения пространства и текста, как справедливо отмечает В.Н.Топоров, по-разному решается в разных видах тек­стов [Топоров, 1983], В то время как художественным текстам соответствует художественное пространство, в религиозных (Библия, молитвы и др.), фольклорных (заговоры, заклятия) представлено мистическое пространство. Физико-геометрическому пространству наиболее адекватно отвечают тексты, описывающие пространство, как научные специальные (географические, картографические, геодези­ческие и др.), так и бытовые тексты, например путеводители, рек­ламные туристические проспекты и т.п. Разные виды пространства наряду со своей вербализацией в текстах могут быть воспроизведены с помощью иконических средств.

Так, физико-геометрическому пространству в качестве средств визуализации соответствуют кар­ты, схемы, чертежи, рисунки, фотографии; историческое простран­ство передается прежде всего с помощью гравюр, литографий, ста­ринных карт и фотографий; мистическое пространство получает свое отражение в иконах, фресках, картинах на библейские сюже­ты; трактовке художественного пространства способствуют иллюст­рации, в которых график стремится найти созвучие манере автора художественного произведения представлять своих героев, место, обстановку событий [Пахомов, 1962].

Рассмотрим средства выражения пространственных отношений в типе креолизованного текста «путеводитель», для которого ло­кативность является доминирующей текстовой категорией. Назна­чение путеводителя заключается в том, чтобы сообщить адресату информацию о туристическом объекте (стране, городе, местно­сти, достопримечательности и т.п.) как цели путешествия и дать необходимые рекомендации для ее осуществления. В зависимости от характера путеводителя наряду с физико-геометрическим про­странством в нем может быть представлено историческое про­странство (при описании пространственных отношений в про­шлом), а также мистическое пространство, например в путеводи­телях для паломников. Локальная информация в путеводителе должна отвечать требованиям конкретности, точности, познавательности, наглядности, увлекательности, чему служат как вер­бальные, так и иконические средства. Использование икониче­ских средств, роль которых постоянно возрастает в полиграфи­ческом оформлении современных путеводителей, как нельзя луч­ше согласуется и с народной мудростью: «Лучше один раз уви­деть, чем сто раз услышать».

В зависимости от участия иконических средств в структуре путеводителя могут быть выделены два основных типа: путеводители, в которых преобладает вербальный компонент, а иконический компонент выступает в качестве дополнительного, главным обра­зом иллюстративного к нему; путеводители, построенные по прин­ципу фотоальбома, где иконический компонент является доминиру­ющим или выступает «на равных» с вербальным компонентом, передающим текстовую информацию. В отличие от первого типа путе­водителей, содержащих значительный объем конкретной вербальной информации прикладного характера и наиболее отвечающих основному предназначению этого типа текста как «руководству в пути», второй тип путеводителей в большей мере отвечает не ин­формативным и инструктирующим, а рекламным и эстетическим задачам. Воспроизводимые в них визуально красоты природы, до­стопримечательности призваны произвести впечатление на адре­сата, побудить его к более близкому знакомству с ними, нередко для вербальной части этого типа путеводителей характерна неко­торая художественность, поэтичность стиля.

Путеводителям может быть присуща разная степень локализа­ции: от описания крупных пространственных ареалов до обозначе­ния расположения отдельных улиц, памятников архитектуры, пред­метов внутреннего интерьера дома. Содержательная структура пу­теводителя складывается, как правило, из информации о географи­ческом положении, истории, хозяйственной, культурной жизни со­ответствующего региона/города, о его достоприме- чательностях и маршрутах посещения, транспортных средствах и учреждениях (го­стиницы, рестораны, экскурсионные бюро и т.п.), обеспечивающих осуществление путешествия.

В языковом плане категория локативности реализуется в путе­водителях рядом средств. К основным из них относятся:

- географические названия (Oberpfalz, Bayerischlr Wald);

- лексические единицы со значением «природное пространство»:

а) слова, содержащие сему «рельеф поверхности земли» (die Ebene, der Berg, die Heide); б) слова, содержащие сему «вода» (der Fluβ der Bасh, der See); в) слова, содержащие тему «растительность» (der Park die Waldung);

- лексические единицы со значением «городское/сельское пространство», обозначающие материальные объекты, характерные для внешнего облика города, деревни (das Rathaus, die Kirche, die Chaussee);

- лексические единицы со значением «пространство-помещение», обозначающие помещение, предметы, находящиеся в нем (der Keller, die Ausstellungshalle, das Exponat);

- лексические единицы со значением «средства и способы преодоления пространства» (die U-Bahn, der Umweg, der Steg).

Наряду с выделенными лексическими единицами, представлен­ными преимущественно существительными, в реализации простран­ственных отношений в тексте активно участвуют другие языковые средства:

- глаголы положения в пространстве: а) экзистенциональные глаголы (sein, leben); б) нейтральные позиционные глаголы, уточняющие положение объекта (liegen, stehen, sich befinden); в) экс­прессивные позиционные глаголы, образно представляющие по­ложение объекта (emporragen, sich aufeinanderreihen, sich spannen); г) глаголы движения, перемещения в пространстве (gehen, gelangen,fahren);

- предлоги с пространственным значением в препозиционных группах (im Neubau, am Rande, um die Kirche);

- прилагательные с пространственным значением (südlich, weit, fern);

- причастия с пространственным значением (gelegen, umgebend, kommend);

- числительные, указывающие на местонахождение объектов, их размеры, удаленность друг от друга (32°, 42' Breite, 140 m);

- наречия места (jenseits, dort, oben);

- придаточные места («Dort, wo die Landstraβe einmündet, empfiehlt sich ein Halt»

Пространственные отношения представлены в путеводителях статичным (выражающим статичное расположение предметов) и ди­намичным пространством (выражающим перемещение объектов от­носительно друг друга), доступным восприятию читателя как с по­мощью вербальных, так и иконических средств. Статичное про­странство, являющееся преобладающим в этом типе текста, лежит в основе описания пространственных реалий. В языковом пли не этой цели служат прилагательные, причастия и причастные обороты, полные распространенные предложения, способствующие созданию зримой, нередко детализированной картины описываемого. При­меры находим в тексте-описании прибрежного ландшафта: «Breit flieβt der Fluβ, im Osten von dem schönen Schwung der alten Brücke überspannt. Im Norden steigt der Heilige Berg steil auf, noch gerade der Landstraße ihren Raum lassend» (Heidelberg).

Образно-визуальная статика передается в путеводителях благо­даря использованию фотографий, рисунков, фиксирующих опреде­ленное состояние предметов (например, виды природы, отдельных достопримечательностей и т.д.).

Динамичное пространство лежит в основе описания маршрута следования к туристическим объектам. В языковом плане этой цели служат глаголы движения в индикативе во множественном числе, нередко приобретающие значение побудительной модальности. В авторизованных путеводителях, где автор выступает в роли гида, используются личные местоимения 1-го лица множественного чис­ла, реже неопределенно-личное местоимение man. Например: «Nun gehen wir hinüber zum Dom St. Peter, dem imposantesten Bauwerk Regensburgs, seinem weithin sichtbaren Wahrzeichen, dessen beide spitze Türme schon in groβer Entfernung die Stadt ankündigen» (Du Mont, Oberpfalz).

Динамика описания усиливается при использовании эллиптиче­ских предложений, содержащих наречия места, предложные груп­пы с пространственным значением, перечисление географических названий. Например: «Vom Karlsplatz zum Künstlerhaus (Restaurant Mövenpick) am Lenbachplatz, am wirkungsvollen Wittelbacherbrunnen vorbei durch die Anlagen am Maximilianplatz» (Gießen – München).

В соединении с вербальной частью созданию динамичного про­странства могут способствовать иконические средства – план го­рода, в котором обозначается маршрут, опознавательные знаки достопримечательностей (обычно изображений их контуров), что поз­воляет в зримой форме шаг за шагом проследить путь продвиже­ния к намеченной цели. В целом, однако же, иконические средства относительно редко используются в путеводителях для воспроиз­ведения образно-визуальной динамики, обычно лишь в фотоаль­бомах с помощью видеоряда передается ощущение изменяющегося пространства.

Категория локативности теснейшим образом связана в путево­дителях с категорией модальности. Описание пространственных реалий здесь часто сопровождается их ярко выраженной положи­тельной эмоциональной оценкой. Этой цели служат прилагатель­ные с оценочной семантикой, например wunderbar, reizvoll, prächtig; прилагательные в превосходной степени, например am interessantesten, iraposantest; устойчивые словосочетания с атрибутивными характеристиками существительных, например einen erheblichen Eindruck machen, eine besondere Beachtung verdienen; и т.д. Одно­временно данные средства имплицитно служат выражению модаль­ности побудительности, стимулируют интерес, желание адресата по­сетить соответствующие туристические объекты.

Маркерами исторического и мистического пространства в путеводителях выступают глаголы в прошедшем времени (обычно в претерите), наречия времени, прилагательные и препозиционные груп­пы с темпоральной семантикой, например: einst, ursprünglich; глаго­лы и глагольные словосочетания, содержащие сему «прекращение существования», например: zerstören, in Trümmern liegen; названия исторических и географических реалий прошлого и др. Часто в путеводителях противопоставляются пространственные отношения про­шлого и настоящего: «Wo sich früher Haus an Haus bis an die Leine drängte, überrascht heute die Wiese, die den Blick vom hohen Ufer freigibt bis zur Kuppel der St. Clementskirche...» (Hannover). Проводимые па­раллели могут визуализироваться с помощью иконических средств. Так, например, в книге о Москве одна и та же достопримечатель­ность – боярские палаты в Зарядье – иллюстрируется с помощью старинной фотографии (рис. 14, а) и противопоставленной ей совре­менной фотографии (рис. 14, а, б).

В путеводителях для паломников мистическое пространство воссоздается благодаря ссылкам на Священное Писание, установле­нию соответствии между пространственными отношениями, культурно-бытовой обстановкой современности и периода Библейской истории, что позволяет адресату глубже ощутить связь времен, про­никнуться религиозным настроением, зримо представить себе путь деяний Христа, святых на земле. Например: «Erne Säule bezeichnet den Ort, wo der Erzengel Gabriel stand und die Worte sprach: «Gegrüβt seist du, voll der Gnade, der Herr ist mit dir, du bist beneidet unter den Weibern» (Im Lande des Herrn).

Отношения между словом и изображением в креолизованном тек­сте достаточно противоречивы в салу их взаимной ограниченности, невозможности полного «перевода» вербального языка на язык изоб­ражения и наоборот, что в полной мере проявляет себя и при передаче пространственных отношений в тексте. С одной стороны, изобра­жение денотатов (достопримечательностей, ландшафтов, предметов интерьера и т.п.) передает пространственную информацию симультанно, целостным и непосредственным образом, в то время как ее вербализация потребовала бы развернутого текста, а в некоторых случаях была бы затруднительной или невозможной (например, на географической карте). С другой стороны, изображение способно ви­зуализировать лишь отдельные фрагменты вербального текста, к тому же часто далеко не в полной мере. Приведем в качестве примера от­рывок из описания интерьера во дворце Шереметевых в Останкино: «Beiderseits des groβen Kaminspiegels im Eckzimmer, das auf den Garten hinausgeht, hangen groβe Frauenporträte» (Ostankino). На помещенной рядом фотографии изображена лишь одна часть стены, справа от ка­мина, с женским портретом, при этом значительная часть простран­ственной информации остается «за кадром» (рис.15). Иконические средства встречаются в путеводителях как с вер­бальным сопровождением, так и без него. Использованные без вербального сопровождения иконические средства (изображения видов природы, архитектурных памятников, урбанистических «пейзажей» и др.) служат воспроизведению определенного локального колорита, настроения, атмосферы описания. Их применение дик­туется в ряде случаев также полиграфическими и коммерческими целями – стремлением сделать издание более нарядным, привлекательным и соответственно более дорогим для читателей. В путеводителях первого типа с преобладающим вербальным компонен­том в качестве вербального сопровождения изображений обычно служат подписи – названия, идентифицирующие соответству­ющие реалии. Особое значение при этом могут приобретать локальные конкретизаторы, уточняющие расположение, ракурс рассмот­рения достопримечательности. Например, подписи под изображе­ниями: «Bundeshaus, vom Rhein aus gesehen» (Bonn, Führer). «Ко­ломна. Пятницкая башня (1525-1531). Вид с восточной стороны», (Тельтевский. Древние города Подмосковья).

Более сложные и многообразные отношения между вербальными и иконическими средствами наблюдаются в путеводителях второго типа, где изображение выступает в качестве одного из основных носителей информации. Назовем основные модели построения "иллюстрированных путеводителей: путеводитель включает основной вербальный текст, а изображения и сопровождающие их подписи образуют относительно автономный видеовербальный ряд; путеводитель состоит из относительно автономных минитекстов, представленных вербальной и иконической частью и соединенных между собой тематической связью. Минитексты отграничены друг от друга графически пробелами или расположением на разных страницах издания, в качестве факультативного разграничительного маркера может выступать название следующего минитекста. Тема минитекста может вводиться иконическими или вербальными сред­ствами в зависимости от порядка их следования, их содержательной значимости. Вербальная часть таких минитекстов обычно имеет по­вествовательный, описательный или комментирующий характер.

Особый интерес в иллюстрированных путеводителях представляют случаи, когда предметом непосредственного описания вербально­го сопровождения становятся пространственные отношения, обозна­ченные в самом изображении. Языковыми маркерами подобных опи­саний становятся: определенный артикль, необычный порядок слов, обусловленный переакцентуализацией тема-рематических отношений в предложении (тема обозначается в этом случае иконическими сред­ствами); глаголы и существительные визуального восприятия, например: der Blick, blicken, sehen, вид, виднеться, любоваться; указатель­ные местоимения, например: diese, jene, те, такие; наречия места, на­пример: dort, hier, оттуда, вдали; словосочетания с пространствен­ной семантикой, например: im Vordergrund/Hintergrund, в середине, перед нами; и др. средства. Приведем пример из путеводителя по Лей­пцигу: «Neue Blicke auf die Stadt eröffnen sich von der Aussichtsplattform des Universitätshauses aus. Vorn das Opernhaus, im Hintergrund der Hauptbahnhof, das Wohnhaus an der Wintergartenstraβ» (Leipzig). Пример из иллюстрированного путеводителя по Иерусалиму: «Вид с птичьего полета на Старый город. В центре – Храмовая гора, золо­той Наскальный купол и серебряный купол мечети Аль-Акса возвы­шаются среди прочих строений. Масличная гора просматривается с левой стороны снимка. Легко узнать расположенную справа Западную стену. В правом углу видна церковь Гроба Господня» (Иерусалим).

Категория локативности, таким образом, реализуется в креолизованном тексте с помощью разнообразных вербальных и иконических средств, при этом использование последних не только расширя­ет и углубляет информацию о пространственном континууме текста, но и позволяет представить ее наглядно, красочно, запоминающе.

**Вопросы и задания**

1. Приведите примеры иконических средств, обладающих темпоральной мар­кированностью вне контекста.
2. Определите роль иконических средств в создании темпоральной характе­ристики текстов разных типов, например в историческом романе, в учебнике по истории, мемуарной литературе и др.
3. Проанализируйте на примере рекламы (см. рис. 11, 12, 13) связь темпо­ральной характеристики с модальной характеристикой текста.
4. Определите участие паралингвистических средств в создании локальной характеристики разных типов текста: репортажа с места событий, рекламного проспекта, энциклопедической статьи об отдельных странах, городах мира.
5. Сопоставьте использование иконических средств, изображающих приро­ду, в художественных прозаических и поэтических произведениях, в путевых заметках, географических описаниях.
6. В чем, на ваш взгляд, проявляется связь между локальной и модальной характеристиками креолизованного текста?

ФУНКЦИИ ИЗОБРАЖЕНИЯ В КРЕОЛИЗОВАННОМ ТЕКСТЕ

Изображение как важнейший компонент креолизованного тек­ста несет на себе значительную функциональную нагрузку. В зави­симости от типа креолизованного текста изображение выполняет в нем как универсальные функции, так и частные, специфические, характерные для конкретного вида коммуникации. Спектр функ­ций в разных типах текста различен. Наиболее разнообразно и ярко функции изображения представлены в текстах наглядной агита­ции: листовках, плакатах, граффити, транспарантах и т.п., – где иконические и другие паралингвистические средства (цвет, шрифт и др.) выступают как обязательный, а подчас и главный дифферен­цирующий признак текстового типа. Рассмотрим функции изобра­жения на примере политического плаката.

*Основные универсальные функции изображения*

К основным универсальным функциям изображения как сред­ства визуальной коммуникации относятся: аттрактивная, информа­тивная, экспрессивная, эстетическая.

Аттрактивная функция заключается в назначении изображения привлекать внимание адресата, участвовать в организации визуаль­ного восприятия текста.

Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов рассматривают аттрактивность как свойство привлечения внимания, «сигнал взаимодействия и согласо­вания смысловых и эмоциональных полей коммуникатора и реципи­ента» [Сорокин, Тарасов. 1990. 183]. Являясь сильным зрительным возбудителем, изображение притягивает к себе внимание адресата, вызывает в нем готовность вступить в коммуникативный контакт с отправителем текста, ознакомиться с содержанием плаката.

Информативная функция – назначение изображения состоит в том, чтобы передавать определенную информацию.

Экспрессивная функция изображения заключается в его назна­чении выражать чувства адресанта и воздействовать на эмоции ад­ресата.

Данное свойство изображения, которое осознавалось и исполь­зовалось еще в глубокой древности, является, по мнению исследо­вателей, источником сильнейших впечатлений человека, вызыва­ет у него «чувствования высшего порядка» [Войтасик, 1981].

Эстетическая функция изображения состоит в том, чтобы в на­глядных, чувственно воспринимаемых образах реализовать худо­жественный замысел художника-плакатиста, воздействовать на эс­тетические чувства адресата.

По сравнению с вербальным компонентом изобразительный ком­понент в плакате выступает, как правило, в качестве основного но­сителя эстетической информации.

*Частные функции изображения*

Частными функциями изображения, определяемыми характером плаката, являются: символическая, иллюстративная, аргументиру