

Воронина Олеся Анатольевна, Чэнь Сыхань

ДЕМОТИВАТОР КАК НОВЫЙ ТИП КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ (СПЕЦИФИКА КОМПОНЕНТОВ)

В статье рассматривается вопрос о понятии демотиватора как нового типа креолизованного текста. Цель данной статьи - определить границы демотиватора как типа креолизованного текста. Авторы выявляют роль демотиватора в коммуникации современной молодёжи, рассматривают основные толкования демотиватора в лингвистической науке, а также определяют специфику вербального и иконического компонентов демотиватора.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/10-3/15.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 10 (40): в 3-х ч. Ч. III. С. 76-79. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/10-3/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

ON THE USE OF LEXICOGRAPHICAL SOURCES IN LINGUISTIC RESEARCH

Voevodskaya Oksana Mikhailovna, Ph. D. in Philology
Voronezh State University
oxavoev@mail.ru

The article deals with the study of advantages and disadvantages in the use in linguistic studies of lexicographical sources in conditions of mass linguists' transfer to the use of linguistic corpora of different purposes in their work. Special attention is paid to the factor of subjectivism in the dictionary creation for which the works of this genre are severely criticized.

Key words and phrases: lexicography; dictionary; practice of lexicography creation; glottochronology; author's subjectivism.

УДК 81'42+81'22

Филологические науки

В статье рассматривается вопрос о понятии демотиватора как нового типа креолизованного текста. Цель данной статьи – определить границы демотиватора как типа креолизованного текста. Авторы выявляют роль демотиватора в коммуникации современной молодёжи, рассматривают основные толкования демотиватора в лингвистической науке, а также определяют специфику вербального и иконического компонентов демотиватора.

Ключевые слова и фразы: креолизованный текст; демотиватор; вербальный компонент; иконический компонент; паралингвистические средства.

Воронина Олеся Анатольевна

Чэнь Сыхань

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
olesya-v-86@mail.ru

**ДЕМОТИВАТОР КАК НОВЫЙ ТИП КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ
(СПЕЦИФИКА КОМПОНЕНТОВ)[©]**

Возникновение и развитие новых форм обмена информации в Интернет-пространстве способствует росту интереса учёных к паралингвистическим (неязыковым) средствам и, как следствие, к текстам, содержащим их в своём составе. Такие тексты в лингвистической науке получили название «креолизованных». Авторы термина, Ю. А. Сорокин и Ю. Ф. Тарасов, дают следующее определение креолизованного текста: «это тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной языковой и невербальной, принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [7, с. 180]. На сегодняшний день креолизованные тексты получили огромную популярность в сети Интернет. В процессе интернет-коммуникации на первый план выходят тексты малого формата с иконическим (изобразительным) компонентом [2]. Данные тексты приобретают различную форму выражения, что вызывает потребность в чётком определении границ того или иного «изобразительного» текста. К таким, например, относится демотиватор, который состоит из двух компонентов – вербального и иконического, образующих одно визуальное и смысловое целое. Несмотря на то, что данный тип креолизованного текста «пришёл» в Россию сравнительно недавно, сейчас трудно представить Сеть без демотиваторов.

С целью выявления роли демотиватора в коммуникации современной молодёжи, мы провели анкетирование 50 русских студентов. Результаты показали, что все опрошенные знакомы с демотиваторами. При ответе на вопрос «Влияет ли вербальный компонент в демотиваторе на ваше восприятие смысла всего текста? Если да, то каким образом?», 82% информантов отметили, что вербальный компонент (слова) играет важную роль (заставляет серьёзно задуматься или посмеяться). Для большинства информантов (58%) демотиватор – это комический текст. На вопрос «На что вы в первую очередь обращаете внимание при чтении демотиватора?» 54% ответили – «на изображение». Таким образом, результаты анкетирования показали, что в настоящее время демотиватор очень популярен среди молодёжи, чаще всего он выступает в качестве комического текста, в первую очередь внимание адресата привлекает иконический компонент (т.е. изображение), вербальный компонент демотиватора неотделим от изображения, т.к. играет важную роль для восприятия смысла всего креолизованного текста.

Для того чтобы определить границы демотиватора, нами был проведён анализ работ учёных, занимающихся данной темой, а также анализ 200 демотиваторов из сети Интернет.

В настоящее время демотиватор активно изучается учёными-лингвистами, которые по-разному определяют этот тип текста. В качестве примера приведём некоторые толкования. Исследователь Ю. В. Щурина даёт такое определение: «Демотиватор – составленное по определённом формату изображение, состоящее из рисунка и комментирующей его надписи-слогана» [8, с. 168]. Учёный А. С. Голиков считает демотиватором «сообщение

(картинку, фото), сопровождающееся комментарием (подписью), который интерпретирует данное сообщение особым образом» [4, с. 125]. В работе «Визуальные практики в медиальном тексте» Л. Б. Зубанова и М. Л. Шуб определяют демотиватор как «изображение, состоящее из картины или фотографии в чёрной рамке и надписи-слогана, комментирующего в лаконичной (как правило, ироничной) форме смысл интернет-послания» [5, с. 224]. Кроме того, некоторые исследователи в своих определениях выделяют в качестве постоянно признака демотиватора комический эффект [1]. Однако проведённый нами анализ показал, что демотиватор далеко не всегда создаёт комический эффект. Данный результат позволил нам разделить все демотиваторы на 2 группы: смешные (создают комический эффект) и несмешные (не создают комический эффект). Таким образом, ни одно из рассмотренных определений не даёт чёткого объяснения, что такое демотиватор.

С целью определения границ демотиватора мы проанализировали его компоненты и выделили их специфику. Среди особенностей вербального компонента отметим следующие: 1) вербальный компонент в демотиваторах расположен в определённом месте (под картинкой), т.е. в виде подписи («надпись под чем-то») [6]; 2) нередко в составе вербального компонента встречается ненормативная, жаргонная, просторечная лексика; 3) в составе вербального компонента можно выделить 3 типа предложений: побудительные, повествовательные и вопросительные (например, «Проблемы? Я ещё раз спрашиваю, проблемы?», «НЕ ПЛАЧЬ! У тебя есть друзья»); 4) весь вербальный компонент демотиватора или его часть (одно слово из словосочетания / предложения) обычно пишется большими буквами. В качестве примера рассмотрим следующий демотиватор, где вербальный компонент представляет собой слово «ПОВЫСИЛИ».

Однако вербальный компонент демотиватора не всегда представлен большими буквами. Выделим несколько типов написания вербального компонента: Тип 1 – только первая буква первого слова большая («Всё гениальное – просто»); Тип 2 – все буквы в первой строке большие («НАСТОЯЩИЙ МУЖЧИНА должен построить жену, отрастить живот и посадить печень», Рис. 1);

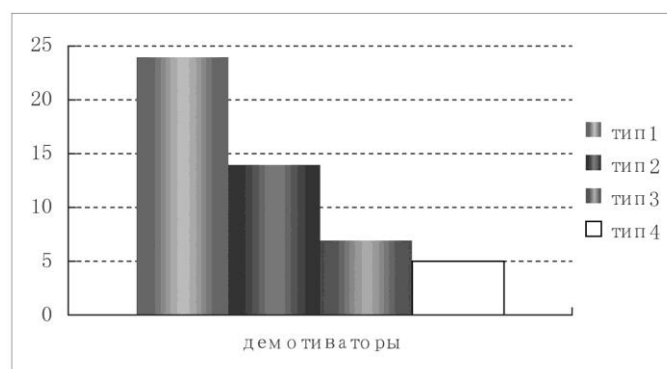


Рис. 1. Тип 2

Тип 3 – все слова написаны большими буквами («СЧАСТЬЕ ПРОШЛО МИМО»); Тип 4 – большие буквы расположены в любом слове вербального компонента. Мы провели анализ демотиваторов с целью выявления частотности использования того или иного типа написания вербального компонента. Результаты отражены в диаграмме «Частотность использования типов вербального компонента» (Диаграмма 1).

Диаграмма 1.

Частотность использования типов вербального компонента



Анализ показал, что в 48% вербальных текстов большая только первая буква первого слова (Тип 1); в 28% вербальных компонентов все буквы в первой строке большие (Тип 2); в 14% вербальных компонентов все слова написаны большими буквами (Тип 3); в 10% вербальных компонентов большие буквы расположены в разных местах высказывания (Тип 4). Таким образом, чаще всего в демотиваторах встречается Тип 1 – только первая буква первого слова большая.

Иконический компонент демотиватора как типа креолизованного текста также обладает спецификой: 1) имеет строго определённую форму: картинка, заключённая в чёрную рамку [3, с. 48]; 2) иконический компонент может быть выражен разными способами. В зависимости от этого выделим типы иконического компонента в демотиваторе: Тип 1 – фотография; Тип 2 – рисунок; Тип 3 – карикатура. В качестве примеров рассмотрим следующие демотиваторы (Рис. 2. «Иконический компонент – рисунок»; Рис. 3. «Иконический компонент – карикатура»). Иконический компонент на Рис. 2 представляет собой рисунок дерева с лучом света, а на Рис. 3 карикатура выступает и как самостоятельный текст с комическим эффектом, и как иконическая часть демотиватора. Следовательно, под словом «картинка» в демотиваторе следует понимать такие типы иконического компонента, как фотография, рисунок или карикатура.

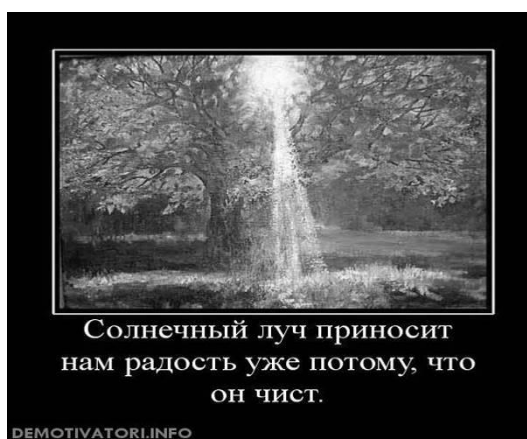


Рис. 2. Иконический компонент – рисунок



Рис. 3. Иконический компонент – карикатура

Результаты проведённого исследования показали, что демотиватор как тип креолизованного текста состоит из вербального и иконического компонентов, не всегда создаёт комический эффект; каждый компонент демотиватора имеют свою специфику, оба компонента могут выражаться разными способами в демотиваторе. Таким образом, определяя границы демотиватора, отметим, что это тип креолизованного текста, который состоит из картинки (фотографии, рисунка, карикатуры), заключённой в чёрную рамку, и подписи, комментирующей эту картинку.

Список литературы

1. **Бабина Л. В.** Об особенностях демотиватора как полимодального текста // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 2 (20). С. 28-33.
2. **Воронина О. А.** Анализ карикатуры как вида креолизованного текста // Вестник ЦМО МГУ. 2010. № 2. Лингвистика. С. 11-15.
3. **Воронина О. А., Чнь Сыхань.** Особенности вербального и иконического компонентов демотиватора как нового вида креолизованного текста // Теор. и прикладн. вопр. образования и науки: сб. науч. трудов по мат. Междунар. науч.-практ. конф. 31 марта 2014 г.: в 13-ти ч. Тамбов: ООО «Консалтинговая компания ЮКОМ», 2014. Ч. 12. С. 48-49.

4. Голиков А. С., Калашникова А. А. Демотиваторы в Интернет-коммуникации: генезис, смысл, типология // Вестник ХГУ им. Н. Ф. Катанова. 2010. Вып. 16. С. 124-130.
5. Зубанова Л. Б., Шуб М. Л. Визуальные практики в медиальном тексте // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2013. Вып. 80. № 21 (312). С. 222-226.
6. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка / РАН. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. Изд-е 4-е, доп. М.: ООО «ИТИ Технологии», 2003.
7. Сорокин Ю. А., Тарасов Ю. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Наука, 1990. 240 с.
8. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен Интернет-коммуникации // Науч. диалог. 2012. № 3. С. 161-173.

DEMOTIVATOR AS NEW TYPE OF CREOLIZED TEXTS (SPECIFICITY OF COMPONENTS)

Voronina Olesya Anatol'evna

Chen' Sykhan'

Vladivostok State University of Economics and Service

olesya-v-86@mail.ru

The article considers the notion of demotivator as a new type of a creolized text. The aim of this article is to determine the boundaries of demotivator as a type of a creolized text. The authors identify the role of demotivator in modern youth's communication, considering the basic interpretations of demotivator in linguistic science, as well as determine the specificity of demotivator verbal and iconic components.

Key words and phrases: creolized text; demotivator; verbal component; iconic component; paralinguistic means.

УДК 81/112

Филологические науки

В статье предлагается попытка изучения процессов стилепорождения периода зрелого Средневековья и Ренессанса в рамках дискурсивной парадигмы. Дискурсивность феноменов стиля и текста обуславливает обращение к макро- и микроуровням текста. Исследование осуществляется с опорой на трактовку данного феномена как единства всех компонентов культуры. Специфика стиля произведений средневековой литературы рассматривается с учётом особенностей социокультурной, языковой и этнической ситуаций.

Ключевые слова и фразы: стиль; микроуровень текста; макроуровень текста; узуральный / широкий дискурс; ситуация.

Вышенская Юлия Павловна, к. филол. н., доцент

Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена

clemence_isaure@rambler.ru

ПРОЦЕССЫ СТИЛЕПОРОЖДЕНИЯ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ ЭПОХИ ЗРЕЛОГО СРЕДНЕВЕКОВЬЯ И РАННЕГО ВОЗРОЖДЕНИЯ[©]

Предлагаемое исследование обращено к изучению процессов стилепорождения, которые протекали в европейском, в том числе и английском, социокультурном пространстве периода Средневековья и раннего Возрождения.

В связи с этим представляется важным установить связи современной исторической стилистики с теорией стиля более раннего этапа развития и новейшими достижениями в области дискурс-анализа, выявить специфику культурно-лингвистического универсума рассматриваемого временного периода, как и влияния, оказываемого ею на формирование стиля произведений средневековой словесности, установить и описать этнолингвистические особенности изучаемых процессов в Англии.

Специфика исторической стилистики, заключающейся в изучении различных аспектов языка и стиля, прежде всего на основе письменных источников, в течение некоторого времени препятствовала использованию дискурсивной парадигмы для изучения текстов средневековой словесности.

Между тем отмеченное своеобразие исследований в области исторической стилистики можно считать яркой иллюстрацией характера отношений, которые возникли между компонентами триады «текст – дискурс – стиль», получившей коррекцию в современных трудах.

Так, в качестве отправной точки исследования О. Н. Гронской предлагаются различные проявления форм существования дискурса.

Одной из них является абстракция, то есть, отсутствие у дискурса «идеального, сверхъестественного либо другого конкретного авторского нормоустановительного происхождения» [4, с. 13]. В силу динамичности, историчности, диахроничности своей природы формирование дискурса происходит как абстрагирование