

ФЕНОМЕН ЗОБРАЖЕННЯ В СИСТЕМІ НЕВЕРБАЛЬНОГО ОФОРМЛЕННЯ ПИСЬМОВИХ ПОВІДОМЛЕНЬ

В статті систематизуються невербальні засоби письмової комунікації, розглядається взаємодія зображувальних елементів з вербальним текстом на матеріалі німецькомовних періодичних видань та титульних сторінок книг.

Ключові слова: невербальні засоби, зображувальні елементи, іконічний знак, зображення.

В центрі досліджень багатьох лінгвістів знаходяться семіотично ускладнені утворення, так звані дво – та полікодові тексти, в структуруванні яких поряд з вербальними використовуються також невербальні засоби. Іншокодові включення у вербальний текст є предметом дослідження таких дослідників у галузі лінгвістики як І. В. Вашуніна, А. Д. Белова, Б. А. Плотніков, С. С. Данилюк, Л. Т. Кияк – Редькович, А. Т. Томчаковський та ін.

По відношенню до письмового тексту невербальні засоби визначаються О. Є. Анісімовою як засоби, що існують поряд з графемною системою мови і порушують "прозорість" графічної субстанції мовного вираження. В дане поле входять: *графічна сегментація тексту і його розміщення на папері, довжина рядка, шриффт, колір, курсив, типографічні знаки, графічні символи, допоміжні знаки (наприклад: №, %, +), іконічні засоби (малюнок, фотографія, карикатура, рисунок, таблиця, схема, креслення і т.п), незвична орфографія слів і розміщення пунктуаційних знаків, формат паперу, ширина полів, а також інші засоби, набір яких не є чітко фіксованим і може варіюватися залежно від типу конкретного тексту* [1, с. 7].

Серед невербальних засобів письмової комунікації особливе місце належить **іконічним елементам**, які на думку О. Є. Анісімової "утворюють домінанту поля паралінгвістичних засобів тексту" [1, с. 8], виступають в

якості самостійного носія інформації і є самодостатніми для розкриття змісту повідомлення, на відміну від інших елементів невербального оформлення

Вперше термін “іконічний” (icon) був введений американським філософом і логіком Ч. С. Пірсом, який свого часу поділяв знаки на знаки – ікони, знаки – символи та знаки – індекси. З точки зору Ч. С. Пірса, іконічний знак – знак, який володіє рядом особливостей, притаманних позначуваному об’єкту. Відношення між знаком та об’єктом – це відношення подібності [3, с. 76].

Ч. С. Пірс виділяє наступні різновиди іконічних знаків: образи (або зображення), метафори, діаграми, схеми, креслення [3, с. 77].

За ступенем візуалізації Б. А. Плотніков розрізняє 3 класи невербальних знаків у писемних текстах: *натуралістичні* (фотографії, малюнки з природи, креслення, схеми), *художні* (картини, малюнки з естетичною цінністю), *художньо – символічні* (карикатури, гротески), *символічні* (знаки – формули)[4, с. 59].

У. Остермайер виділяє ілюстративні зображення, які можна підпорядкувати опозиції ”реалістичний – схематичний“, ”конкретний – абстрактний“ (фото, портрети, малюнки, ескізи), логічні зображення (графіки, діаграми) та змішані форми (комікси, інформаційні графіки, метафоричні зображення) [5, с. 5].

Являючись носієм певної інформації (семантичної, експресивної), зображувальні засоби сприяють вирішенню цілої низки завдань, передусім вони привертають увагу адресата, надають тексту інформаційності, візуалізуючи певні елементи повідомлення, та естетичної значущості. Крім того опора на наочність допомагає читачеві прискорювати процеси переробки складної інформації, сприяє логічному мисленню та кращому засвоюванню поданої інформації.

Проаналізувавши ряд періодичних видань та титульних сторінок книг німецької літератури, ми відзначили перевагу натуралістичних та реалістичних зображувальних засобів, а саме зображень. Між вербальною та зображувальною частинами текстів встановлюються різні кореляції.

Л. В. Головіна сформулювала три види кореляції тексту та зображення:

1. паралельний: зміст тексту та малюнок повністю збігаються.
2. доповнювальний (комплементарний): іконічна інформація частково перекриває або доповнює вербальний текст і навпаки.
3. інтерпретативний: текст та зображення не пов'язані один з одним за змістом [2, с. 55].

Ізабель Райсманн розрізняє такі види відношень між зображенням та текстом:

1. Надмірність (Redundanz): інформації повністю перетинаються, засоби вербальної та невербальної семіотичних систем зображують той самий факт.
2. Доповнення (Ergänzung): інформація, подана іконічно, доповнює вербальний текст, не перетинаючись при цьому. Загальне ж розуміння полікодового тексту відбувається через сприйняття і тексту, і зображення.
3. Невідповідність (Diskrepanz): інформація у тексті не перетинається із інформацією на зображенні, оскільки йдеться про різні концепти та про зв'язок на асоціативній основі [6, с. 394].

О. Є. Анісімова виділяє два види зв'язку між іконічними та вербальними компонентами – відношення взаємо доповнення та взаємозалежності [1, с. 12].

У нашій роботі ми продемонструємо три види кореляцій між іконічним та вербальним кодом повідомлення: взаємодоповнення, взаємозалежності (О. Є. Анісімова) та взаємневідповідності (І. Райсманн).

У відношенні **взаємодоповнення** зображення зрозуміле без слів і може існувати самотійно. Зображення виступає яскравим, пожвавленим, динамічним відображенням тексту, тоді як текст слугує певним логічним підсумком або заголовком до картинки. Вербальний коментар описує зображення, дублюючи його інформацію та виконує додаткову, вторинну функцію і навпаки. Для демонстрації цього виду відношень між іконічними

та вербальними компонентами візьмемо книгу *Маргарити Успенської і Гельмута Бьорнера* "Brieftauben" (Рис. 1) та обкладинку журналу "Stern" – *Die verhungierenden Kinder von Biafra* (Рис. 2).



Рис. 1.

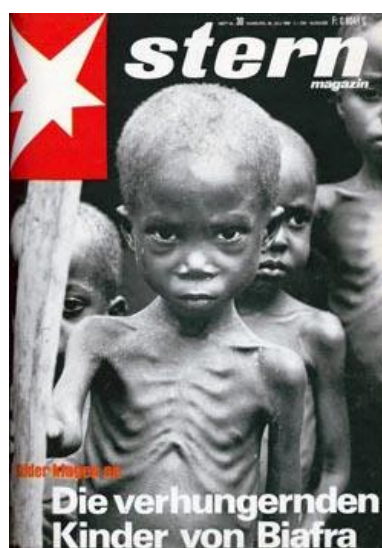


Рис. 2

В обох випадках зображення зрозумілі без слів та доповнюють вербальні оформлення книги та журналу. Фотографії голубів та виснажених голодом дітей (як іконічні елементи) заповнюють собою весь простір титульної сторінки книги та журналу і без сумніву покликані привернути увагу адресата. Обидва елементи іконічності у вербальних повідомленнях є самодостатніми та зрозумілими і надають текстам ще більшої інформативності, експресивності (Рис. 2) та узагальнюючого ефекту.

У відношенні **взаємозалежності** зображення доповнює повідомлення і залежить від вербального коментаря, який визначає його інтерпретацію. Без коментаря суть зображення незрозуміла або може бути неправильно інтерпретована. Часто вербальне повідомлення визначається іконічними засобами, які роз'яснюють його зміст, вносять певні корективи. Проілюструємо такий вид відносин на прикладі книг Моніки Гефінг "Luna, Duxi und Daisy" (Рис. 3) та Ханни Гьотце "Kinder brauchen Mütter".

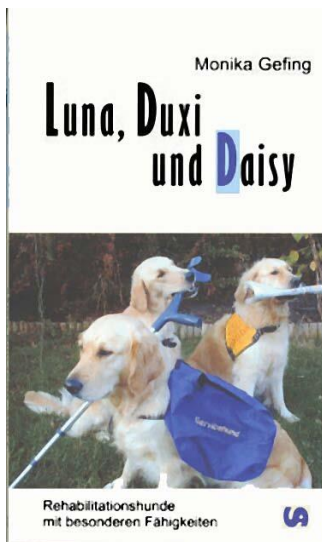


Рис. 3



Рис. 4

Якщо розглядати іконічні елементи в обох випадках, фотографію собак та дівчинку, яка зі сумом в очах дивиться у вікно, поза контекстом, то зміст і суть повідомлень не є до кінця зрозумілими та очевидними. Необхідним є звернення до вербальних коментарів "Luna, Duxi und Daisy. Rehabilitationshunde mit besonderen Fähigkeiten" (Рис.3) та "Die Risiken der Krippenbetreuung – was die Kinder wirklich stark macht" (Рис.4), які інтерпретують зображення. З вербальних коментарів внизу сторінок, які написані маленьким шрифтом, проте несуть чи не основну інформацію, стає зрозумілим призначення собак та предметів поруч з ними (собаки допомагають хворим з обмеженими можливостями відновити своє здоров'я), а також ясним стає зображення дівчинки, яка дивиться крізь вікно дитячого садочка у слід мамі. З іншого боку, не варто недооцінювати важливість зображення. Саме фотографія тварин (Рис.3) відразу інтерпретує власні назви Луна, Дуксі та Дейзі та вносить роз'яснення, на які адресат витратив би свій час, намагаючись зрозуміти, що чи кого має на увазі автор книги.

Третій тип відносин між зображенням та вербальними текстом – це відношення **взаємневідповідності**, при якому між змістом вербальної та іконічної частин не має прямих точок дотику, оскільки вони позначають різні концепти. Така кореляція встановлюється на асоціативній основі та сприяє перш за все естетизації повідомлення. Для підтвердження наших слів звернемо увагу на Рис. 5.



Рис. 5

Зображення квітки, зокрема соняшника, ніяким чином не фігурує у плані змісту вербального оформлення повідомлення *"Herzlich willkommen. Wir sind gerne für sie da"*, проте надає йому яскравості та лаконічності у плані вираження, привертаючи при цьому увагу адресата. Соняшник – як символ Сонця, тепла асоціюється з привітністю, гостинністю і успішно корелює з вербальним повідомленням.

Проаналізувавши зображувальні засоби письмової комунікації та встановивши характер кореляції вербальних та зображувальних елементів, ми дійшли до висновку, що іншочодові включення беруть активну участь в організації повідомлень, виконуючи при цьому різне функціональне навантаження, та є перспективними для подальших наших досліджень.

Література:

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. / Анисимова Елена Евгеньевна. – М. : Академия, 2003. – 128с.
2. Головина Л. В. Креолизованный текст: закономерности построения // Речевое общение: цели, мотивы, средства. М., 1985. С. 45 – 88.
3. Пирс Ч. С. Начала прагматизма / Перевод с английского В. В. Кирющенко, М. В. Колопотина, – Спб.: Лабораторія метафізических исследований философского факультета СПбГУ; Аля, 2000 – 352с.

4. Плотников Б. А. Авербальные формы письменного текста и их содержание // Б. А. Плотников. О форме и содержании в языке. Минск, 1989. С. 59 – 60.
5. Ostermeier Uwe. Lernen mit Text und Bild. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.lwm.krnc.de//www//de//mitarbeiter//>
6. Reismann I. Bild im Text – Text im Bild. [Электронный ресурс] – Режимдоступу:<http://www.unileipzig.de/~fix/Konferenzen/KonferenzenInhaltsverzeichnisBildUndText.pdf>

Феномен изображения в системе невербальных средств письменного сообщения

Т. П. Семенюк

В статье систематизируются невербальные средства письменной коммуникации, рассматривается связь изобразительных элементов с вербальным текстом на материале немецкоязычных периодических изданий и титульных страниц книг.

Ключевые слова: невербальные средства, изобразительные элементы, иконический знак, изображение.

T. P. Semenyuk. The phenomenon of the visual image in the system of non-verbal means of written message.

The article is devoted to the systematization of non-verbal means of written communication and the interaction of visual elements with the verbal text in german periodical issues and book – covers.

Key words: non-verbal means, descriptive elements, iconic sign, visual image.