

Поликодовый малоформатный текст конфетного этикета

Научный руководитель – Мишланова Светлана Леонидовна

Ветрова Кристина Олеговна

Кандидат наук

Пермский государственный национальный исследовательский университет, Факультет современных иностранных языков и литератур, Пермь, Россия

E-mail: vetrova_ko@mail.ru

В условиях современной коммуникации значимыми факторами оказываются скорость, ясность и удобство восприятия информации, что приводит к отказу от объемных текстов в пользу малоформатных текстов. Малоформатные тексты являются перспективным объектом для изучения, так как они обладают четко выраженными границами, обозримы и наблюдаемы в самых мелких деталях. Отсюда, малоформатным текстам свойственны отдельность, формальная и семантическая достаточность, тематическая определенность и завершенность. В таких текстах легко поддаются определению общий замысел и реализованный в особой языковой форме итог создания в виде особого семантического пространства [1]. Особенно эффективными в представлении информации оказываются поликодовые малоформатные тексты, представляющие собой вербально-визуальное единство, в котором смысловое единство выступает как результат взаимоналожения двух кодов – вербального и визуального [2].

Упаковка конфеты – нетривиальный предмет наблюдения. Для современных исторических, филологических и культурологических исследований «стало актуальным обращение к нестандартным «свидетелям эпохи» – историческим источникам, которые традиционно не использовались при реконструкции исторических событий, явлений, процессов. Конфетная обертка относится к их числу» [3].

В нашем исследовании мы вводим понятие поликодового малоформатного текста конфетного этикета и определяем его семиотические особенности. Поликодовый малоформатный текст конфетного этикета представляет собой вербально-визуальный текст рекламного плаката в пространстве конфетного этикета, представленный в единстве синтактики, семантики и прагматики.

Конфетный этикет, помимо своей первичной функции защиты кондитерского изделия от воздействия внешней среды, выступает как пространство для рекламы продукта, находящегося внутри упаковки. Следовательно, текст, размещенный на упаковке продукта, реализует функцию рекламы. В связи с чем текст конфетного этикета можно считать разновидностью рекламного текста.

В рекламном тексте конфетного этикета четко выделяется наличие двух составляющих – вербальной и визуальной, которые взаимодействуют друг с другом. Поликодовые тексты конфетных этикетов направлены на достижение следующих целей:

- 1) информирование потребителя о продукте и его производителе;
- 2) эмоциональное воздействие на потребителя.

Приведем в качестве примеров конфетные этикетки XX века, созданные в СССР – карамель «Красноармейская звезда» (рис.1) – и Великобритании – «Mint cracknel» (рис.2). Тексты в обоих случаях состоят из вербального компонента (название изделия, указание на производителя и т.д.) и изображения изделия или иллюстрации, что позволяет считать их поликодовыми. Пространство конфетного этикета ограничено небольшим размером упаковки изделия, соответственно, приведенные примеры демонстрируют малоформатный характер текстов. Оба примера дают потребителю информацию о конфете,

находящейся в упаковке — «карамель» и «mint cracknel». При этом поликодовый текст советской упаковки оказывает дополнительное воздействие на потребителя, призывая его к действию (Не верьте крестьяне в тишь да гладь, / В землю штык-рано втыкать) и формируя определенную политическую позицию — поддержку Красной армии. Соответственно, помимо непосредственного информирования об изделии, поликодовый малоформатный текст конфетного этикета может оказывать суггестивное воздействие на потребителя. Таким образом, поликодовый текст конфетного этикета соответствует всем параметрам текстов малого формата, что дает возможность определять данные тексты как поликодовые малоформатные тексты. Отличительной чертой данных текстов является то, что синтагматические отношения реализуются и вербально, и визуально. Усиление прагматики поликодового текста конфетного этикета позволяет использовать конфетный этикет как альтернативную площадку для распространения информации в повседневных практиках.

Источники и литература

- 1) Кубрякова Е.С. Язык и знание. М., 2004.
- 2) Чернявская В.Е. Медиальный поворот в лингвистике: поликодовые и гибридные тексты // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2013. № 2 (23). С. 122–127.
- 3) Сидорчук О.Н. Изучение истории России XIX-XX веков на основе конфетных оберток // Школьные технологии. 2014. № 5. С. 70–90.

Иллюстрации



Рис. 1. Конфетный этикет карамели "Красноармейская звезда"



Рис. 2. Конфетный этикет изделия "Mint cracknel"