

А.Ю. Спешилова

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЕРБАЛЬНЫХ И ИКОНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В ПЛАКАТНОМ ТЕКСТЕ (НА ПРИМЕРЕ СОВЕТСКИХ ПЛАКАТОВ ВРЕМЕН ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ)

Изучение креолизованного текста, примером которого, несомненно, служит военный плакат, позволяет выявить взаимодействие языка с другими семантическими системами. Таким образом, при исследовании плакатов можно выявить взаимоотношение языкового компонента и средств иконического кода. Например, в работе Е.В. Анисимовой «Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов)»¹ выделяется два вида – автосемантические и синсемантические – внутритекстовых структурно-семантических отношений между вербальным и изобразительным компонентами, кодирующими в разных знаках содержание текста. Для первого типа характерна относительная независимость составляющих текста друг от друга, тогда как при втором типе отношений языковая часть зависит от изобразительной, не обладает смысловой самостоятельностью, а также может быть превратно интерпретирована при отсутствии изображения.

Автосемантические отношения характерны для плакатов с частичной креолизацией, где основная идея выражена в вербальном компоненте. Оба элемента связаны при этом следующими отношениями.

1. Между вербальным и иконическими знаками существует прямая смысловая соотнесенность, знаки обоих кодов соотносятся с одним и тем же предметом (предметной ситуацией). Изобразительные средства полностью или частично передают выраженную в вербальном тексте информацию. Примеров плакатов, где изображение играет вспомогательную роль и лишь иллюстрирует текст, великое множество. К ним можно отнести сатирические плакатные серии Кукрыниксов.

2. Между вербальными и иконическими знаками существует опосредованная смысловая связь. Знаки обоих кодов обозначают разные, но близкие в ассоциативном плане предметы (предметные ситуации). При таком типе взаимоотношений изобразительный компонент углубляет содержание вербального. Здесь в качестве примера можно привести известный плакат В. Корецкого «Наши силы неисчислимы», призывающий к созданию ополчения. На переднем плане изображена мужская фигура, поднимающая в правой руке винтовку и красный стяг.

¹ Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. М.: Academia, 2003.

На этом же плане располагается и надпись. А за спиной мужчины – огромное море людей, будто весь многонациональный советский народ готов встать под флаги ополчения, олицетворением которого является символ русского патриотизма – скульптура Мартоса «Минин и Пожарский», которая изображена также на заднем плане плаката в правом углу. Таким образом, тысячи людей увидели и услышали призыв и встали в ряды народного ополчения. Именно благодаря иконическому компоненту плакатный призыв становится более понятным: каждый должен встать в ряды ополчения, чтобы отстаивать свою свободу и независимость, как это сделали предки во времена польской интервенции.

3. Вербальный и иконический знаки используются для обозначения предметов, за которыми закреплены разные значения одного и того же слова. Вербальный при этом используется для выражения переносного значения слова, а иконический обозначает предмет, соответствующий прямому значению этого слова. Например, плакат неизвестного художника «Решающий шаг», обыгрывающий прямое и переносное значение этого выражение. Изобразительный компонент наглядно демонстрирует, как карикатурное изображение Гитлера делает такой «решающий шаг» вперед – на штыки, на которые уже наколоты треуголка Наполеона. Надпись фиксирует внимание на направлении шага и предсказывает его исход.

В том случае, когда для двух типов знаков характерны синсемантические отношения, выделяют два их основных типа:

1. Вербальный ряд зависит от изобразительного одновременно в плане выражения и в плане содержания. Между знаками обоих кодов существуют следующие типы связей:

а) структурная связь (иконический знак замещает языковой и тем самым непосредственно включается в вербальный ряд). Например, плакат И. Тоидзе «Клянусь победить врага!», где изображение молодого солдата, принимающего присягу, замещает вербальный знак и выступает в синтаксической роли подлежащего.

б) дейктическая связь (вербальный знак отсылает адресата к изобразительному, при этом он соответствует предметам (предметным ситуациям), на которые указывает вербальный знак). Языковыми маркерами в данной ситуации являются:

- указательные местоимения (плакаты В. Иванова и О. Буровой «Пусть вдохновляет Вас в этой войне мужественный образ наших предков!», на которых изображены портреты Д. Донского, М. Кутузова, А. Суворова и А. Невкого);

- личные местоимения 3 л. ед. ч. (плакат Н. Долгорукова «...он слышит грозные напевы» (карикатурное изображение Гитлера, держащегося за голову, под прицелом дула советской винтовки).

в) идентифицирующая связь (иконический знак обозначает коммуникативное лицо, от которого исходит или к которому обращено высказывание, выраженное вербальными средствами).

- личные местоимения 1 и 2 л. ед. и мн. ч. (плакат Д. Шмаринова «Я жду тебя, воин-освободитель!» с изображением мальчика – узника концлагеря);

- притяжательные местоимения 1 и 2 л. ед. и мн. ч. (Ф. Антонов «Сын мой! Ты видишь долю мою...» с изображением матери солдата на пепелище родного дома с маленьким узелком спасенных вещей).

2. Вербальный ряд зависит от иконического только в плане содержания. Этот тип отношений характеризуется следующими связями между компонентами:

а) вербальный ряд обладает определенным значением, но получает смысловую завершенность только в соединении иконическим, который при таких взаимоотношениях играет доминирующую роль, а вербальные средства раскрывают его содержание (вербальный призыв плаката В. Корецкого «Дорога к победе!» не может быть адекватно воспринят вне соотнесения стрелка с направлением для нанесения следующих ударов «запад»);

б) вербальный ряд обладает смысловой самостоятельностью, но не может быть адекватно воспринят вне соотнесения с иконическим (название плаката Кукрыниксов «Удар в сердце» имеет собственное значение, но не может быть правильно истолковано без изображения, на котором карикатурно показан Гитлер, сердце которого через карту с изображением Берлина пронзает штык красноармейца);

в) вербальный ряд вступает в противоречие с иконическим, в результате чего надпись обретает другой смысл (поскольку у зрителя больше доверия вызывает изображение, то в таком случае именно изображение «разоблачает» текст плаката, такое несоответствие приводит к эффекту обманутого ожидания). Примером такого типа взаимоотношений служит плакат Б. Ефимова «Наглядное изображение «арийского» происхождения», где изображения верхушки Рейха не соответствуют текстовым подписям: белокур как Гитлер (изображение черноволосого Гитлера), строен как Геринг (полная фигура Геринга), красив как Геббельс (карикатура на Геблеса, похожего на обезьяну).

В целом в настоящей статье плакат рассматривается как самостоятельный тип текста, представляющий собой единство вербальной и визуальной составляющих. Подводя итог всему сказанному, можно утверждать, что изучение различных типов взаимоотношений между этими составляющими позволяет глубже понять семантические и прагматические особенности плаката как креолизованного текста.