

Санкт-Петербургский государственный университет

На правах рукописи

Быкова Елена Владимировна

**Модульный текст в массовой коммуникации:
закономерности речевой организации**

Специальность 10.01.10 – журналистика

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
доктора филологических наук

Санкт-Петербург
2012

Работа выполнена на кафедре речевой коммуникации факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета.

Научный консультант: доктор филологических наук, профессор Коньков Владимир Иванович

Официальные оппоненты:

Ким Максим Николаевич, доктор филологических наук, профессор, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, заведующий кафедрой журналистики факультета социальных технологий Северо-западного института Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации;

Степанов Валентин Николаевич, доктор филологических наук, доцент, Международная академия бизнеса и новых технологий МУБИНТ, заведующий кафедрой массовых коммуникаций и социально-культурного сервиса;

Шмелева Татьяна Викторовна, доктор филологических наук, профессор, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, профессор кафедры журналистики.

Ведущая организация – Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова.

Защита состоится 20 сентября 2012 года в 16.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.232.17 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Санкт-Петербургском государственном университете по адресу: 199004, Санкт-Петербург, В. О., 1-я линия, дом 26, факультет журналистики СПбГУ, ауд. 303.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке им. М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7/9).

Автореферат разослан: « ____ » _____ 2012 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук, доцент

Л. Г. Фещенко

Реферируемое диссертационное исследование посвящено описанию закономерностей речевой организации модульных текстов в массовой коммуникации.

Номинацию *модуль* мы используем для обозначения любых функциональных типов текстов, оформленных в виде модуля. При этом, говоря о модульном тексте, мы имеем в виду следующие категориальные признаки, отличающие его от текстов традиционного типа:

- речевой материал организован в двумерном пространстве;
- плоскость модуля имеет заранее заданные границы;
- границы придают модулю форму геометрической фигуры (как правило это прямоугольник);
- размеры модуля не произвольны, а зависят от конкретной коммуникативной задачи и определяются конкретной коммуникативной ситуацией;
- модуль, с одной стороны, автономен, с другой – всегда является элементом системы: газетная полоса, печатное издание, та или иная сфера массовой коммуникации (реклама, мемориальные надписи, иерархическая структура модулей веб-сайта и т.д.);
- автономность модуля прослеживается не только в структурно-грамматическом и графическом плане, но и в содержательном.

Для обозначения совокупности категориальных признаков модульного текста (его отличительных свойств) в данном исследовании вводится номинация *модульность*. *Модульность* при таком понимании рассматривается как *особое качество текста*, характеризующее форму его существования (двумерное пространство плоскости) и позволяющее выделить этот текст в самостоятельный тип, требующий особых принципов анализа.

В исследовании термин *модульность* связан с отнесением его к текстам с плоскостным расположением речевого материала, что подчеркивается выделением рамкой. Все внимание исследователя направлено прежде всего на *характер организации линейного речевого материала в двумерной плоскости модуля*, поэтому для изучения избраны только те типы модульных текстов, в которых плоскостное варьирование актуализировано, вписано в рамку.

Рамка как знак ограничивает экспликацию содержательных параметров модульного текста, определяет выбор средств языкового выражения и способов актуализации их значений. Текст, помещенный в рамку, требует особых форм восприятия. Такой текст характеризуется автономностью, воспроизводимостью структуры, жёсткой ориентацией на определённый тип фрейма, технологичностью и утилитарностью.

Модульность в широком плане понимается и как свойство речевого мышления, лежащее в его онтологической основе. Однако категория модульности в речевой практике общества актуализировалась лишь в настоящее время. Существенное увеличение удельного веса рекламных

модульных текстов в речевой практике массовой коммуникации потребовало как детального, так и комплексного их изучения.

Научный интерес к заявленной теме обусловливается тем, что тексты с плоскостной (двумерной) организацией речевого материала в современном обществе, ориентированном на визуализацию информационного потока, занимают все больше места на газетной полосе, журнальных страницах и в интернет-изданиях, полоса журналистских текстов чередуется с полосой рекламных объявлений.

Тексты с плоскостной организацией материала зачастую конкурируют в дизайнерском и содержательном аспекте с журналистскими заголовками. Большинство текстов модульного типа характеризуются большей плотностью содержания, в результате чего на поверхностной структуре текста может быть представлено только одно слово и символ. В таком случае слово становится функционально равным тексту, а текст, в свою очередь, стремится стать максимально иконичным. Таким образом, модульный речевой материал уже заявляет о себе как о самостоятельном лингвистическом и социокультурном явлении, требующем иного подхода к изучению, описанию и анализу.

Главная особенность модульных текстов, отличающая их от текстов традиционного типа, состоит в том, что весь их речевой материал располагается на одной и только одной плоскости (грань монумента, стена дома, мраморная доска, глиняная табличка, медаль, полотнище, плакатный щит, газетная полоса, бумажный лист), в их создании используются не только вербальные языковые средства.

В смыслообразовании такого типа текстов участвует целый ансамбль различных знаковых систем, интегрирующий вербальные, иконические (невербальные), чувственные (кинестетические), проксемические (ориентация во времени и пространстве) коды. Многоканальность смыслообразования сообщения, передаваемого в модульном тексте, подчеркнутая специфической организацией материала на плоскости, отражает тяготение к визуализации информационного потока. Материал носитель текста также принимает непосредственное участие в формировании смысла сообщения. Чувственная осязаемость фактуры дорогого глянцевого издания прямо и непосредственно связана с содержанием рекламных текстов издания. Сказанное имеет прямое отношение и к текстам мемориального типа.

Модульные тексты, как показывает реальная речевая практика, представляют собой совершенно особый тип сообщения, доминирование плоскостного принципа расположения материала в текстах указанного типа дополняет наши представления о природе текста в логико-семиотическом, смысловом, стилистическом, речеведческом и коммуникативно-функциональном аспектах.

К текстам модульного типа до сих пор в филологической науке применялся подход, который был свойственен текстам с линейной организацией речевого материала. В силу этого обстоятельства тексты

модульного типа, прежде всего рекламные, рассматривались в филологическом плане в дескриптивном ключе, с ориентацией на потребности обучения общепринятым нормам письменной речи и оценивались зачастую как нечто ущербное, случайное, неправильное, нуждающееся в коррекции и приведении в норму в соответствии с традициями текстов с линейной организацией.

Модульные тексты, т.е. тексты, где речевой материал организован определенным образом в плоскости модуля, чрезвычайно широко распространены в массовой коммуникации. Эти тексты имеют самую различную функциональную направленность. Наиболее распространены модульные рекламные тексты. К этой же сфере примыкают такие виды модульных текстов, как театральные афиши, различного вида постеры, плакаты, поздравительные открытки, марки и т.п.

К модульным текстам, функционирующим в массовой коммуникации, следует отнести как отвечающие предложенным выше параметрам такие мемориальные тексты, как мемориальные доски, надписи на памятниках, памятные знаки, надписи на надгробиях. Тексты этого типа изучались преимущественно в культурологическом и искусствоведческом аспектах. В настоящей работе исследуется прежде всего именно механика их речевой организации в двумерном речевом пространстве.

Широко распространены модульные тексты, формирующие топонимическое пространство города. Ярким образцом модульного текста является корпоративная печатная продукция. Значки, монеты, медали, ордена, как правило содержащие вербальный компонент, также являются типичными примерами модульного текста. Понятие модуля широко используется в веб-дизайне.

Поскольку тексты с плоскостной организацией речевого материала заявили о себе в полной мере как в количественном, так и в качественном плане, пришло время целостного системного описания закономерностей речевой организации текстов модульного типа для раскрытия механизма порождения и восприятия их смысла. Перечисленными обстоятельствами определяется **актуальность** проводимого исследования.

Из всего жанрового и стилистического многообразия текстов модульного типа в качестве **объекта** изучения и описания в диссертационном исследовании выбраны две его речевые разновидности: *рекламный и мемориальный текст*. Выбор этих двух типов текстов обусловлен тем, что именно они в совокупности дают адекватное представление о той речевой среде, в которой живет человек. В содержании рекламного текста и приемах его организации находит отражение мир реальный, с которым связана повседневная жизнь человека, удовлетворение его утилитарных потребностей. В мемориальном тексте находит отражение мир ментальный, где актуализированы ценности духовные, нравственные, этические. Возможность отразить и тот и другой мир в текстах модульного типа говорит о его содержательной полноценности и большом коммуникативном потенциале.

Предметом исследования являются общие закономерности организации речевого материала в плоскости модуля.

Технология организации речевого материала в плоскости модуля является общей для всех типов модульного текста в массовой коммуникации, независимо от их функциональной предназначенности, что не исключает наличия ряда специфических черт, свойственных определенным функциональным разновидностям модульного текста.

В основу проведенного исследования была положена следующая **гипотеза**. Поскольку модульный текст по своим онтологическим характеристикам является текстом воздействующего типа, то система выразительных средств модульного текста формируется прежде всего под влиянием фактора размещения речевого материала в двумерной плоскости модуля. При организации речевого материала в двумерном пространстве модуля использование любого параграфемного средства (различные способы построчной «нарезки» текста, шрифтовое выделение отдельных фрагментов, разные по длине пробелы между словами и разные расстояния между строками, а также месторасположение определенной информационной порции в плоскости модуля) является смыслообразующим, поскольку ведет к существенным преобразованиям в семантике как вербальных фрагментов текста, так и всего текста в целом, который начинает восприниматься как визуальный знак.

Цель диссертационного исследования состоит в создании целостной теории речевой организации модульного текста, в выявлении и описании закономерностей речевой организации, принципиально отличающей его от текстов с традиционной линейной организацией.

Для достижения цели исследования было необходимо решить следующие задачи:

- описать экстралингвистическую среду, в которой бытуют модульные тексты двух типов (рекламный и мемориальный);
- определить семантические и структурно-грамматические особенности организации речевого материала в модульном тексте по сравнению с текстом с линейной организацией речевого материала;
- проследить корреляцию плоскостного расположения речевого материала на плоскости и коммуникативного намерения отправителя;
- выявить механизмы формирования имплицитной информации через описание принципа развертывания/свертывания модульного рекламного и мемориального текста;
- описать дифференциальные признаки модульных текстов, обслуживающих разные коммуникативные сферы.

Методологическая основа и методы исследования. В основе анализа речевой организации модульных текстов в массовой коммуникации лежит системный подход к речевому материалу, который реализуется в теоретических принципах единства лингвистической и экстралингвистической сторон речи; в тесной связи текстов воздействующего типа с социальной, политической, идеологической формой

общественного сознания и соответствующей ей сферой общения; доминирование принципа целеполагания при текстообразовании и речевой организации материала. В данном случае мы использовали методологический и методический опыт, накопленный в работах М. Н. Кожиной, В. Г. Костомарова, К. А. Роговой, Г. Я. Солганика¹ и др. Изучение речевой организации модульных текстов проводится в русле традиций коммуникативно-прагматических исследований текста, представленных во многих работах отечественных и зарубежных ученых (А. Г. Баранова, Г. В. Колшанского, В. И. Конькова, Н. А. Купиной, Б. Я. Мисонжникова, В. В. Одинцова, П. Б. Паршина, и др.)².

В диссертации используется комплексный междисциплинарный подход как важнейший принцип анализа текста, который предполагает описание собственно лингвистической стороны речевой организации модульного текста в совокупности с гносеологическими, политологическими, психологическими, социологическими факторами порождения и восприятия текстов массовой коммуникации.

Модульный текст рассматривается в следующих аспектах: семиотическом (модульный текст как совокупность вербальных и невербальных знаков и как знак в целом), когнитивном (смыслы, извлекаемые из модульного текста на основе общей когнитивной базы коммуникантов), коммуникативно-прагматическом (взаимоотношения между субъектом речи, текстом и реципиентом, приемы речевого воздействия на получателя информации) и аксиологическом, ценностном уровне.

Исследование речевой организации модульных текстов осуществляется с привлечением таких филологических методов исследования, как описательный, классификационный, сопоставительный, интерпретационный; функционально-семантический и стилистико-сопоставительный. Помимо этого в работе применены методы анализа текста, разработанные в когнитологии: фреймовый, лингво-психологический (ван Дейк, Е. С. Кубрякова, М. Минский)³; структурная семантика отдельных речевых отрезков или фрагментов модульного текста анализируется с опорой на

¹ Кожина М. Н. О специфике художественной и научной речи в аспекте функциональной стилистики. Пермь, 1966; К основам функциональной стилистики. Пермь, 1968; Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971; Костомаров В. Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. М., 2005; Рогова К. А. Синтаксические особенности публицистической речи. Л., 1979; Рогова К. А. Стиль Ленинской «Искры» и газеты «Новая жизнь» (лингвистический анализ жанра статьи). Л., 1979; Солганик Г. Я. Стилистика текста: учебное пособие для студентов, абитуриентов, преподавателей-филологов и учащихся ст. кл. шк. гуманитар. профиля. М., 2003.

² Баранов А. Н., Паршин П. Б. Воздействующий потенциал варьирования в сфере метаграфемии // Проблемы эффективности речевой коммуникации: Сб. обзоров. М., 1989; Колшанский Г. В. Коммуникативная функция и структура языка. М., 2005; Коньков В. И. Речевая структура газетного текста. СПб., 1990; Купина Н. А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции. Екатеринбург – Пермь, 1995; Мисонжников Б. Я. Феноменология текста. СПб., 2001; Одинцов В. В. Стилистика текста. М., 2004.

³ Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989; Кубрякова Е. С. О тексте и критериях его определения // Текст. Структура и семантика: в 2 т. Т. 1. М., 2001; Минский М. Фреймы для представления знаний. М., 1979.

Женевскую лингвистическую школу (Ш. Балли, А. Сеше, Л. Теньер)⁴; коммуникативно-функциональный подход к анализу речевых фрагментов, формирующих текст, заимствован из семантического синтаксиса (Н. Д. Арутюнова, Г. В. Колшанский)⁵; метод выявления логико-синтаксических отношений в смысловой структуре модульного текста – из логики (Л. Витгенштейн, Г. Фреге)⁶; также в работе применен семиотический подход к описанию модульного текста как совокупности знаков и как знака в целом (Ч. Пирс, Ф. де Соссюр, Р. Якобсон, Ю. М. Лотман)⁷.

Степень научной разработанности проблемы. Наше исследование опирается на работы в области текстообразования, где о текстообразующих закономерностях линейного текста написано много фундаментальных работ отечественных лингвистов: Ю. Д. Апресяна, Н. Д. Арутюновой, М. М. Бахтина, Н. С. Валгиной, И. Р. Гальперина, Б. М. Гаспарова, Г. А. Золотовой, Е. С. Кубряковой, Б. Я. Мисонжникова, В. В. Одинцова⁸ и др.

Изучению многомерных в семиотическом плане текстов посвящены работы Е. Е. Анисимовой, М. А. Антошинцевой, Е. С. Кара-Мурза, А. В. Костиной, О. А. Лазаревой, А. Назайкина, Ю. К. Пироговой, С. А. Попова, Ю. А. Сорокина, Е. Ф. Тарасова, В. В. Тулупова, Л. Г. Фещенко, Н. Л. Шубиной и М. А. Антошинцевой⁹ и др.

В то же время речевая структура модульного текста с плоскостной организацией, имеющего в своей структуре как вербальные, так и невербальные элементы, еще не получила достаточно полного описания. Объектом пристального внимания являлся рекламный текст. Многие работы, имеющие сугубо практическую направленность, дают конкретные

⁴ Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. М., 1955. А. Сеше. Очерк логической структуры предложения. М., 2003; Теньер Л. Основы структурного синтаксиса. М., 1988.

⁵ Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл. М., 1976; Колшанский Г. В. Коммуникативная функция и структура языка. М., 2005.

⁶ Витгенштейн Л. Логико-философский трактат. М., 1958.; Фреге Г. Мысль: логическое исследование // Философия. Логика. Язык. М., 1987.

⁷ Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб., 2000; Пирс Ч. С. Логические основания теории знаков. СПб., 2000; Соссюр Ф. Заметки по общей лингвистике. М., 1990; Якобсон Р. Избранные работы. М., 1985.

⁸ Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М., 1998; Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1979; Валгина Н. С. Теория текста: учебное пособие. М., 2003; Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981; Гаспаров Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М., 1996; Золотова Г. А. Коммуникативные аспекты русского синтаксиса. М., 1982; Кубрякова Е. С. О тексте и критериях его определения // Текст. Структура и семантика. Т. 1. М., 2001; Мисонжников Б. Я. Феноменология текста (соотношение содержательных и формальных структур печатного издания). СПб., 2001; Одинцов В. В. Стилистика текста. М., 2004.

⁹ Анисимова Е. Е. Паралингвистика и текст (К проблеме креолизованных и гибридных текстов) // Вопросы языкознания. 1992. №1; Кара-Мурза Е. С. Что такое агитация и что такое информация в избирательном законодательстве и в лингвистике // Законодательство и практика масс-медиа. 2003. Вып.10; Костина А. В. Эстетика рекламы. М., 2000; Лазарева О. А. Лингвометодические основы формирования компетенции декодирования символов в иностранной аудитории // Мир русского слова. 2011. №1; Назайкин А. Н. Размер, форма, цвет в рекламном объявлении // Журналист. 2003. № 10; Пирогова Ю. К. ИмPLICITная информация в рекламе // Рекламный текст. Семиотика и лингвистика. М., 2000; Попов С. А. Взаимодействие графических и вербальных компонентов в тексте рекламы // Текст и его компоненты как объект комплексного анализа. Л., 1986; Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. М., 1990; Тулупов В. В. Реклама в коммуникационном процессе. Курс лекций. Воронеж, 2002; Фещенко Л. Г. Структура рекламного текста: Учебно-практическое пособие. СПб., 2003; Шубина Н. Л., Антошинцева М. А. Вспомогательные семиотические системы в устной и письменной коммуникации. СПб., 2005.

рекомендации по поводу того, как создать эффективное рекламное сообщение, оценить рекламное сообщение с точки зрения его уместности, коммуникативной эффективности, лингвистической нормативности¹⁰.

Работы приведенных авторов носят в основном описательный, оценочно-нормативный, регламентирующий характер, поскольку обращены в основном к специалистам по связям с общественностью, журналистам, копирайтерам или студентам, обучающимся по данным специальностям. Такие подходы к описанию нелинейных текстов продиктованы практической экономической, журналистской или преподавательской деятельностью.

Современная лингвистика рассматривает тексты рекламных сообщений также в аспекте типологическом (А. Б. Абовян), грамматическом (Е. Ю. Дементьева), нормативно-речевом (Н. Н. Кохтев), в функционально-стилистическом и структурно-стилистическом (Е. С. Кара-Мурза), риторическом, в рамках теории речевого воздействия (Н. И. Клушина)¹¹. Предпринимались попытки выявить прагматические условия порождения рекламного сообщения (О. А. Ксензенко), описать его жанровые особенности (Н. И. Формановская), отграничить от других смежных типов текста (А. Д. Кривоносов)¹². Внимание специфике речевой структуры в рекламном тексте уделяется в диссертациях С. Г. Муравьевой¹³, С. Н. Усачевой¹⁴, концептуальной структуре текста рекламного сообщения - в диссертационной работе О. Н. Горюновой¹⁵.

Гораздо в меньшей степени изучена речевая организация мемориального текста в лингвистическом аспекте¹⁶. В литературоведческом ключе такой жанр мемориальных текстов, как эпитафия, был описан в коллективной монографии «Три века русской эпитафии» (СПб., 1998). В целом же внимание к мемориальному тексту сводилось к несистематическому изданию справочников и выпуску иллюстрированных каталогов («Памятники и мемориальные доски Ленинграда» Б. Н. Калинина и П. П. Юревич – Л., 1976; «Мемориальные доски Санкт-Петербурга» В. Н. Тимофеева, Э. Н. Порецкиной, Н. Н. Ефремовой - СПб., 1999), в то время как

¹⁰ Шатин Ю. В. Построение рекламного текста. М., 2002.

¹¹ Абовян А. В. Рекламные издания: исторический и типологический аспекты: Автореф. дисс. ... канд. филолог. наук. Ростов-на-Дону, 2004; Дементьева Е. Ю. Глагол в рекламном тексте. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Воронеж. 2004; Кохтев Н. Н. Реклама: искусство слова: рекомендации для составителей рекламных текстов. М., 1997; Кара-Мурза Е.С. Проблемы преподавания функциональной стилистики рекламы // Труды кафедры стилистики русского языка. М., 2007; Клушина Н. И. Стилистика публицистического текста. М., 2008.

¹² Ксензенко О. А. Как создается рекламный текст (функционально-экспрессивные аспекты рекламного текста). М., 1998; Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. М., 2002; Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. СПб., 2002.

¹³ Муравьева С. Г. Язык современной рекламы (структурно-функциональный аспект. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2004.

¹⁴ Усачева С. Н. Семантическая организация рекламных текстов в коммуникативном и культурологическом аспектах. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2004.

¹⁵ Горюнова О. Н. Концептуальная структура текста рекламного сообщения (на материале печатной рекламы). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. СПб., 2005.

¹⁶ До 1999 года специальные справочники по мемориальным доскам никогда не издавались в России, их речевая организация и коммуникативная функция не изучались.

речевая организация до сих пор оставалась вне филологических исследований вообще и речеведческих в частности.

Мы не даем функционально-стилистическую квалификацию анализируемому материалу, считая, что перед нами язык для специальных целей.

Эмпирической базой исследования послужили рекламные модули из издающихся в Санкт-Петербурге и распространяемых бесплатно газет, имеющих исключительно рекламный контент, таких как «Экстра-Балт»¹⁷, «Центр-плюс Санкт-Петербург»¹⁸, «Из рук в руки»¹⁹.

Для анализа модульных мемориальных текстов использовались тексты на мемориальных досках, размещенных на стенах домов в Санкт-Петербурге, Москве, Печоре, Норильске, Томске и других городах России, фотографии и тексты которых были опубликованы в официальных справочниках. Привлекались также специальные мемориальные интернет-порталы (domna.ru, sakharov-center.ru, memorials.lib.tomsk.ru, memo.ru, pobeda.mosreg.ru, literra.websib.ru, spro.ru, ensshb.ru, upload.wikipedia.org, memorial.krsk, pechora-portal.ru, fire-of-war.ru, images.yandex.ru, img.flexcom.ru), которые содержат фотографии мемориальных досок, фотографии снабжены отдельно вынесенным текстом с описанием мемориальной доски и временем ее установления. Материал собирался методом сплошной выборки текстов, которые маркировались в справочнике или интернет-портале как текстовый памятник.

Общее количество всего учтенного и проанализированного материала по авторской картотеке составляет более 2000 единиц, собранных автором с 2005 по 2010 год.

Научная новизна диссертации определяется несколькими аспектами.

1. Выявлена и описана система признаков, отличающих тексты с двумерной организацией речевого материала в плоскости, от текстов, где доминирует линейный принцип организации речевого материала.

2. Дано достаточно полное представление о модульном тексте, где понятие модульности связывается, с одной стороны, с расположением речевого материала в плоскости, а с другой стороны, соотносится с содержательной спецификой модуля (универсальность содержания, жесткая ориентация на структуру соответствующего фрейма, содержательный статус модуля как части целого).

¹⁷ «Экстра-Балт» (1,1 млн. экз.). Практически всё издание состоит из модульной рекламы, и поставляют ее в основном крупные рекламные агентства. За годы работы в редакции сложилась определенная специализация по товарным группам: свыше 22% рекламных объявлений посвящено строительству и ремонту, 20% – автотранспорту, 17% – мебели, 12% – компьютерам и бытовой технике и т.д.

¹⁸ «Центр плюс – Санкт-Петербург» (1,5 млн. экз.). Специализация по товарным группам в «Центр плюс» схожа с «Экстра-М», но здесь больше рекламных объявлений, связанных с темой здоровья, – 20%, реклама бытовой техники и компьютеров – 20%, недвижимости – 15%.

¹⁹ «Из рук в руки С-Пб» лидируют в Санкт-Петербурге среди ежедневных газет (9,6%). Среди еженедельников первые два места занимают рекламные газеты «Центр-плюс С-Пб» (31,2%), «Экстра-Балт С-Пб» (23,9%)

3. Речевая организация модульного текста представлена в диссертации как симультанный пучок речевых действий, направленных субъектом речи на получателя и совершаемых по определенному сценарному плану, заранее известному обоим коммуникантам еще на дотекстовом уровне и существующему в их сознании в форме фреймов и составляющих их слотов.

4. Выявлены и описаны степень и характер зависимости многомерности и гетерогенности речевой структуры модульного текста от экстралингвистических факторов.

5. Исследована специфика категории хронотопа в модульном тексте, до сих пор в основном излучавшаяся на основе текстов художественных

6. Проведено описание речевой организации текстов мемориальных досок.

Теоретическая значимость исследования состоит в создании целостной теории речевой организации модульного текста, выявлении его текстообразующих категорий, описании его интегральных и дифференциальных признаков, определяемых сферой общения и интенцией адресанта, а также в описании механизмов создания целостности и связности модульного текста, формирования функциональных значений фрагментов модульного текста, обеспечиваемых целенаправленным использованием языковых средств. Разработанная в русле семантико-прагматического подхода общая концепция модульного текста в массовой коммуникации позволяет наиболее полно объяснить интенсивность воздействия многоканального рекламного и мемориального сообщения, к которой стремятся все без исключения тексты массовой коммуникации.

Практическое значение диссертации обусловлено тем, что выявленные закономерности речевой организации модульных текстов с учетом параграфемных и топографемных элементов и экстралингвистических факторов делают категорию модульности весьма широко применимой для порождения эффективного сообщения в массовой коммуникации. Понимание такой текстовой категории, как *модульность*, весьма необходимо для овладения правилами построения воздействующих текстов, что крайне важно для будущих журналистов, рекламистов, специалистов по связям с общественностью. Описанные в диссертации закономерности речевой организации могут стать теоретической базой при формировании профессиональной компетентности и речевой культуры будущих работников сферы массовой коммуникации для генерирования воздействующих текстов с плоскостной организацией. Описание экстралингвистических факторов при восприятии речевого сообщения адресатом может быть использовано в практике преподавания в вузах таких дисциплин, как «Основы теории коммуникации», «Культура речи», «Риторика», «Теория и практика средств массовой информации», «Реклама в коммуникационном процессе», «Психология массовой коммуникации», «Стилистика и литературное редактирование», «Логика и теория аргументации».

Основные положения, выносимые на защиту

1. Для текстов воздействующего типа, сформированных в двумерном пространстве (модуле), характерна особая организация речевого материала, которая обусловлена его воздействующей коммуникативной целью.

2. Любое изменение в членении модульного текста на фрагменты, на строки, в шрифтовой, цветовой актуализации, рубрикации и любых других приемов размещения речевого материала в плоскости модуля ведет к существенным преобразованиям в семантической структуре текста с целью более эффективного воздействия на коммуникантов.

3. Высокая степень активности невербальных компонентов модульного текста, которые невозможно рассматривать как рудименты древнейшего состояния коммуникации, дает нам все основания поставить вопрос о существовании особого коммуникативного типа речи – модульной речи, свойственной современной массовой коммуникации.

4. При отчетливо осознаваемой разной функциональной предназначенности модульного рекламного и мемориального текста необходимо отметить их принципиальную общность как текстов воздействующего типа, в которых их воздействующая сила обусловлена особенностями плоскостного расположения речевого материала.

5. Для формирования структуры модульного текста, как рекламного, так и мемориального, принципиально значима связь с местом и временем его размещения, поскольку при утере этой связи затемняются или утрачиваются его когнитивные основания.

6. При общих онтологических свойствах рекламного и мемориального текста как текста модульного их различное коммуникативное предназначение приводит к принципиальным отличиям в формировании предикативных значений.

7. Важную роль в восприятии модульного текста играет его ритмическая организация, которая в рекламном тексте задается типографскими средствами, способствующими созданию определенного темпа и направления движения взгляда по полосе. В мемориальном же тексте ритм задается прежде всего членением текста на строки.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, четырех глав, заключения и списка литературы.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные результаты исследования были представлены в докладах и выступлениях на следующих научно-практических конференциях. Научно-практическая конференция факультета журналистики «Средства массовой информации в современном мире» (2006); международные научно-практические конференции филологического факультета СПбГУ (2004, 2005, 2006, 2007, 2008 годы); Третья Всероссийская научно-практическая конференция «Связи с общественностью как интегрированное научное знание периода открытого информационного общества» факультета государственного управления МГУ (2006); Международный форум «Дни славянской письменности и культуры», посвященный 295-летию со дня рождения М. В. Ломоносова в Луганском государственном педагогическом университете (2006); Всероссийская

научная конференция «Слово. Словарь. Словесность» в Санкт-Петербургском государственном педагогическом университете (2006); IV Научно-практическая конференция «Отечественные традиции гуманитарного знания: история и современность» в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете (2008); Конгресс РОПРЯЛ «Русский язык и культура в формировании единого социокультурного пространства» (2008); Конгресс РОПРЯЛ «Русский язык и культура в пространстве Русского мира» (2010); Международная научно-практическая конференция «Диалог культур – 2008. Новый имидж России» в Санкт-Петербургской академии управления и экономики (2008); международные научно-практические конференции «Проблемы современных лингвистических исследований» в Государственной полярной академии (2010, 2011, 2012); III Всероссийская научно-методическая конференция «Актуальные проблемы гуманитарного знания в техническом вузе» в Санкт-Петербургском государственном Горном институте (2011); XVI Международная научная конференция «Риторика в новом образовательном пространстве» в Санкт-Петербургском государственном Горном институте (2012); ежегодные Итоговые сессии Ученого совета Российского государственного гидрометеорологического университета (2009, 2010, 2011, 2012); Международный научно-практический семинар «Медиатекст как полиинтенциональная система» в Высшей школе журналистики и массовых коммуникаций в Санкт-Петербургском государственном университете (2011).

Содержание диссертации отражено в монографии «Речевая организация модульного текста» (СПб., 2011) и коллективной монографии «Русская речь в средствах массовой информации: стилистический аспект» (СПб., 2007; авторский вклад - 1, 5 п.л.). Основные идеи диссертационного исследования введены в учебно-методический комплекс дисциплины «Реклама в коммуникационном процессе» (2006), «Основы теории коммуникации» (2006). На основании разработанной методической концепции опубликован авторская программа «Речевое воздействие в массовой коммуникации» и внедрена в учебный процесс в качестве дисциплины для студентов, обучающихся по специальности «связи с общественностью» (2008). Основные рекомендации по плоскостному расположению речевого материала изложены в учебно-методическом пособии «Мультимедийная презентация (основные правила и рекомендации к выполнению на русском и английском языках)» (2010).

Основное содержание работы

В содержательном плане настоящее исследование структурировано следующим образом. Во **введении** изложена актуальность рассматриваемой проблемы в массовой коммуникации, определен объект и предмет исследования, указана эмпирическая база, сформулирована теоретическая и практическая значимость проведенного исследования, актуализирована новизна результатов работы, приведены методы исследования.

В Главе 1 «Модульные тексты в массовой коммуникации» в § 1 «Экстралингвистические условия функционирования модульных текстов

в массовой коммуникации» описывается речевая среда, в которой генерируются модульные тексты и объясняются причины повышения их удельного веса в речевой практике общества, обосновывается выбор объекта исследования (рекламных и мемориальных модульных текстов) с целью выявления закономерностей их речевой организации как одного из типов текстов массовой коммуникации.

Автор показывает, что эпоха глобализации существенно увеличивает степень визуализации информационного потока, отмечается актуализация интерактивного характера массовой коммуникации, что приводит к активизации позиции получателя информации. Типичным примером стали модульные рекламные объявления, речевой материал которых визуализован, что выражается в поиске новых форм подачи сообщения в виде загадок, ребусов, шарад, парадоксов, в графических и пространственных способах подачи речевого материала. Можно констатировать, что мультимедийность, экранность, многоканальность современных разновидностей речи и способов ее распространения изменили как стиль мышления отдельной личности, так и речевое сознание социума в целом, что доказывается увеличением объема воздействующих текстов в массовой коммуникации. Не случайно рекламные тексты называют новой формой идеологии.

В массовой коммуникации также наблюдаются явления, связанные с философскими, политическими, идеологическими поисками в сфере формулирования национальной идеи, ценностных общественных ориентиров, что проявляется в увеличении количества в средствах массовой информации тем, связанных с вопросами отечественной истории и российской государственности. Порождаемый массовый контент в обозначенной сфере не мыслится вне актуализации в общественном сознании этических концептов: *память, героизм, вера, доблесть, служение, история.*

Весьма показательным в этом отношении является тот факт, что активизировался процесс установки мемориальных досок. Только за последние 10 лет в Санкт-Петербурге были установлены 144 новые именные мемориальные доски, т.е. ежегодно в городе устанавливается 10-15 мемориальных досок. Издаются новые справочники и каталоги, в которых собраны и систематизированы все памятники монументальной архитектуры, к которым относятся и мемориальные доски; обсуждаются новые положения о правилах установки мемориальных досок. Материалы о демонтаже, переносе, установке мемориальных досок, внесении изменений в городскую топонимику все чаще попадают на полосы газет. Мемориальные доски, представляющие собой летопись, являются по своему функциональному назначению идеологически нагруженными памятниками архитектуры, которым всегда и во все времена придавалось особая функция идеологического воздействия. Мемориальные доски отражают весь спектр общественных перемен, происходящих в стране, поскольку привязаны к идеологическим концептам эпохи.

Исследуемым модульным рекламным и мемориальным текстам не чужда и эстетическая, художественная функция. Тексты модульной рекламы

можно рассматривать с точки зрения аксиологической. Рекламные тексты репрезентируют ценности бытового уровня с учётом степени объективности и полноты воспроизводимой картины мира, характера и степени соответствия стереотипам. Мемориальные тексты устремлены к вечным ценностям, деяниям на общее благо. Тексты рекламные и мемориальные принадлежат к разным сферам общения, связанным с разными видами деятельности, которые, в свою очередь, соотносятся с разными видами сознания и разными типовыми ситуациями общения.

В § 2 «*Общая характеристика модульного текста и методологический подход к анализу его содержания*» подробно описывается феномен модульного текста, анализируется такое свойство модульных текстов, как многоканальность, стремление к визуализации речевого потока.

В проводимом исследовании *модуль* – это единица площади на газетной полосе или журнальной странице, предоставляемая редакцией для размещения рекламного материала. Перенос фрагмента модульного текста на другую страницу или в другой модуль совершенно исключен. Модульные тексты легко извлекаются из общего информационного поля подобно неделимой смысловой ячейке, кванту. *Модуль* интегрирует такие представления, как, с одной стороны, самостоятельность, относительная автономность, и, с другой стороны, связанность с той или иной системой. Модуль характеризуется иерархичностью: можно говорить о внутритекстовой иерархии и об иерархичности системы модулей, элементом которой он является.

В основе методологии анализа текстов модульного типа лежит одна из новых парадигм знаний в науках о человеке – направление конструктивизма²⁰. Эта методологическая система уже давно используется в структурной лингвистике и как нельзя лучше ложится на технократическое понятие модуля и категорию модульности, которые являются ключевыми в нашем исследовании.

Модульные тексты обладают высокой контактностью, способностью установить с реципиентом связь, которая возникает при восприятии текстового сообщения на основе распознавания коммуникантами конвенционально обусловленных типовых сценариев, извлекающихся из общей когнитивной базы. На практике в журналистский текст попадает 1/10 всей собранной информации, в рекламном модуле эта пропорция сжимается до 1/100.

В модульных текстах большая часть передаваемой информации входит в сознание вступающих в общение субъектов на основе *фреймов* – свернутых сценариев речевой ситуации, известной обоим коммуникантам еще на дотекстовом уровне и усвоенной ими в процессе социализации.

²⁰ Петренко В. Ф. Конструктивизм как новая парадигма в науках о человеке // Вопросы философии. 2011. № 6. С. 75.

В нашем исследовании, не отвергая традиционного понимания текста, изложенного, например, в работах И. Р. Гальперина, мы исходим из того, что текст – это «объединенная смысловой связью последовательность знаковых единиц, основными свойствами которой являются связность и цельность»²¹, совокупность знаков, «специальным образом организованная для передачи и хранения информации»²². В связи с этим понятие связности и цельности при трактовке понятия *модульный текст* с точки зрения когнитологии неизбежно восходит к понятию *прототип*. В качестве прототипа может выступать текст, наиболее приближенный к типовой форме представляемой ситуации. Фреймы рекламного и мемориального текста обладают различной иерархической структурой.

Основное внимание в работе уделяется формальному распределению смысловых фрагментов на плоскости с учетом параграфемных элементов. В диссертации выявляется, при помощи каких графических и топографемных средств актуализированы пропозиции, как расставлены смысловые акценты в передаваемом в тексте сообщении, объяснено, почему интерпретация содержания модульного текста, несмотря на большое количество имплицатур, воспринимается получателем в точном соответствии с замыслом отправителя. Модульный текст актуализирует смыслы, исходящие от выведенного в поверхностную структуру ключевого слова, с помощью графических выделений и позиции в плоскости модуля.

В § 3 «Многоканальность коммуникации как показатель визуализации речевого потока» показывается, как модульный текст стремится к преодолению линейности (последовательности), к формированию системы средств, способствующих симультанному эффективному восприятию. Используемые в модульном тексте пространственно-графические средства выполняют работу по формированию смысла текста. Расположение речевого материала в плоскости листа навязывается реципиенту создателями текста, поскольку именно это расположение обуславливает текстовые временные, пространственные, причинно-следственные отношения.

В § 4 «Преимственность плоскостного принципа организации речевого материала рукописного текста в печатном тексте (палеографический и книговедческий аспект)» приводится обширный палеографический и книговедческий материал, показывающий, как на протяжении нескольких веков в области письменной и печатной продукции обществом осмысливалась значимость плоскостной организации текста как средства повышения эффективности его восприятия получателем

Палеографами была осмыслена жесткая взаимосвязь между характером содержания текста, сферой его функционирования и формой и фактурой страницы, на которой исполнен текст. Шрифт, расположение текста на

²¹ Николаева Т. М. Текст // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 507.

²² Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: Сб.ст. / Науч. ред. П. Е. Бухаркин. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 1999. С.152.

странице, размер листа канонически должны были соответствовать назначению текста. Законы расположения текста на странице имели антропоцентрический генезис. Исследователями книги отмечался ее «очеловеченный образ», который создавался не только вербальными средствами, но и всей совокупностью средств многоканального печатного текста, где плоскостная организация материала играла важную роль.

С появлением печатного станка роль факторов, связанных с плоскостной организацией речевого материала, усилилась. В начале эпохи книгопечатания титульный лист, имеющий плоскостную организацию речевого материала, выполнял рекламную функцию и выставлялся в витрине книжного магазина отдельно, привлекая внимание покупателей. Материально-пространственная организация речевого потока во многом определяет эстетическое, психологическое, прагматическое предназначение текстового сообщения. Конечно, роль графических средств существенна, но и фактор расположения речевого материала в плоскости страницы играет не менее важную роль. Параграфемные элементы сопутствуют печатной речи и несут информацию стилистического характера.

Глава 2. Плоскостной принцип организации речевого материала

В § 1 «Модульный текст в семиотическом аспекте» модульный текст рассматривается с позиции теории знака в антропологическом аспекте. Законы языка проецируются на целые структуры и не подразумевают линейных отношений. С представлением всего модуля как знака хорошо сочетается представление о тексте как основной коммуникативной единице. Мы можем констатировать целый ряд положений, оказывающих влияние на исследование модульного текста.

Целостность, целенаправленность, функционализм, система, структура, внутреннее иерархическое строение представляются нам компонентами парадигмы структурной лингвистики, в которой нет места для принципов линейности и произвольности языкового знака. Модульный текст сначала воспринимается как единое целое, как один знак, а затем прочитывается набор фрагментов, из которых состоит модуль, как набор самостоятельных знаков, и только потом уже воспринимается имеющаяся в нем линейная последовательность знаков в отдельных фрагментах.

Целенаправленность является проявлением целостности. Категория модульности естественным образом органически воплощает в себе принцип антропоцентризма языковой системы в широком, глобальном понимании: целенаправленность является фундаментальной характеристикой человеческой деятельности, которая отражается в речевом поведении. Истинным, по Э. Бенвенисту, является целостное.

Одномоментное, simultанное восприятие модульного текста возможно благодаря некоторым особенностям существования его материального воплощения. Модуль чаще всего находится на плоскости носителя не один, а в соседстве с другими модулями. И мы можем говорить о графической выделенности модульного текста среди других ему подобных.

В § 2 «Качественный и количественный состав модульного текста» модульный текст представлен как совокупность речевых и неречевых фрагментов. Фрагмент модуля, в зависимости от его коммуникативного назначения, может быть образован из знаков любого семиотического кода, а также из комбинации знаков разных семиотических кодов.

Речевые фрагменты состоят из линейных речевых отрезков, синтаксическая связанность как внутри которых, так и между которыми проявляется нерегулярно. Иконические, невербальные знаки вступают в отношения субституции с вербальными отрезками. Параграфемика здесь служит управлению восприятием читателя. Последовательность восприятия элементов закладывается дизайнером при работе над формой публикации.

В содержательном аспекте наличие вербального фрагмента в модуле является его необходимым свойством, без которого модульный текст теряет себя как знак.

В § 3 «Общие принципы плоскостной организации речевого материала» показывается, что вся системная организация обычного текста в плоскости листа имеет целью сделать максимально удобным восприятие именно линейной речевой цепочки. Организация отрезков с линейным расположением речевого материала в плоскости листа (страницы), а также линейная организация самих отрезков (строк) характеризуется следующими признаками. **1.** На странице отмечаются границы между элементами объемно-прагматического членения: прежде всего это абзацы, которые затем могут объединяться в главы, разделы, параграфы, части и др. **2.** Граница может отмечаться абзацным отступом, бóльшим междустрочным интервалом, специальными значками (параграфы, звездочки и др.), отличным от общего текста шрифтом, особым графическим обликом первой буквы красной строки. **3.** Текст, где доминирует линейная организация речевого материала, состоит из высказываний, подавляющее большинство которых является по грамматической структуре предложениями различной синтаксической природы. **4.** Все строки на странице заполняются полностью. Строка с несколькими пробелами, начинающая абзац, нами также рассматривается как полностью заполненная строка. Нарезка линейного текста на строки совершенно не зависит от длины предложения: предложение может занимать часть строки, одну строку или же располагаться сразу на нескольких строчках. При этом нарезка на строки не зависит от смысловой структуры предложения: перенос с одной строки на другую в тексте с линейной организацией диктуется не актуальным членением предложения (читай – коммуникативной направленностью), а форматом страницы. **5.** Сочленение частей сложных предложений происходит при помощи системы знаков пунктуации. Абсолютный конец предложения обозначается точкой. **6.** Соединение предложений различной природы внутри абзаца является непрерывным. **7.** Для максимального

заполнения строки вводится система переносов²³. **8.** Текстовое поле выравнивается по левому и по правому краю. В рукописном тексте наблюдается абсолютное выравнивание по левому краю и относительное выравнивание – по правому, поскольку здесь отсутствуют автоматические, механические приемы верстки, позволяющие заполнять полностью равные по длине строки при разном количестве знаков. **9.** Промежутки между строками по вертикали внутри абзаца и между абзацами (интерлиньяж, междустрочный интервал) одинаковы. **10.** Используются строчные и прописные буквы, обозначающие границы между высказываниями. **11.** Пробелы между буквами, словами и высказываниями везде одинаковы²⁴. **12.** Все слова одного высказывания и все высказывания набираются одинаковым кеглем и шрифтом. Конечно, существуют и отступления (курсивные выделения, разрядка), но их наличие лишь подтверждает устойчивость основного принципа. **13.** Поскольку линейный принцип расположения материала не подразумевает расположения всей речевой цепочки на одной плоскости, для удобства читателя вводится нумерация страниц (полос), актуализирующей последовательность изложения речевого материала. Использование цифровых обозначений лишний раз подчеркивает доминанту линейной организации.

На фоне отмеченных выше особенностей текста, где доминирует линейный принцип организации речевого материала, мы можем сформировать перечень признаков текстов, в организации которых доминирует плоскостной принцип. **1.** В содержательном плане модуль состоит из отдельных фрагментов (содержательный компонент, образованный линейными отрезками текста, объединенными в единое целое, и противопоставленный другим таким же компонентам. Фрагменты располагаются в плоскости модуля в соответствии с определенным автором замыслом. Они различаются типом содержания, его объемом, что подчеркивается графическими особенностями оформления каждого фрагмента: шрифт, кегль, цветовое выделение). **2.** Фрагменты размещены в плоскости модуля и отделены, отграничены друг от друга. Это элементы объемно-прагматического членения модульного текста. Границы между фрагментами оформляются прежде с помощью различных приемов их размещения на плоскости. **3.** Фрагменты модульного текста могут быть как вербальными (различного рода линейные речевые отрезки), так и невербальными (символы, схемы, рисунки и т.п.). Эти невербальные фрагменты вместе с вербальными также определенным образом организованы в систему в двухмерном пространстве. **4.** Вербальные

²³ В настоящее время, правда, система переносов уже не так важна, поскольку новые технические средства компьютерной верстки речевого материала позволяют, если переносы не являются необходимыми, не переносить слова с одной строки на другую. Но это явление только лишний раз подтверждает правило канонического оформления классического линейного текста, исторически восходящего к тексту рукописному.

²⁴ Даже в настоящее время это правило соблюдается при наборе печатных текстов на компьютере. Для удобства коррекции компьютерного набора на предмет соответствия жестким правилам вводится система «скрытых знаков», помогающая создавать технически безупречный печатный линейный текст.

фрагменты могут быть выражены словоформой; словосочетанием; группой слов, объединенных на основе бессоюзной или сочинительной связи, предложением; несколькими предложениями. Возможна комбинация этих единиц внутри речевого фрагмента. **5.** Строка речевого фрагмента заполняется не полностью, то есть не использует возможности, предоставляемые размером модуля. **6.** Строки выравниваются не обязательно по левой границе модуля. Они могут быть выровнены также по правому краю модуля, по центру и вообще по любой прямой, пересекающей верхнюю и нижнюю границу модуля. **7.** Промежутки между строками (интерлиньяж) по вертикали могут быть разной величины. **8.** Может использоваться шрифт, в котором отсутствует различие между прописными и строчными буквами. **9.** Фрагменты, а также отдельные элементы одного речевого фрагмента могут иметь разный шрифтовой набор (кегель и тип шрифта). **10.** Пробелы между элементами речевого фрагмента могут быть разные. «Как основной демаркатор текста пробел участвует не только в горизонтальной сегментации текста, но и в вертикальной, которая также подчинена внутренним законам конкретного текста»²⁵. **11.** Знаки пунктуации могут заменяться функционально тождественным членением текста на строки и особым расположением речевого материала на плоскости. **12.** Расположение частей предложения на одной строке или разнесение частей предложения по разным строкам актуализируют смысл высказывания. **13.** Система переносов практически не развита. **14.** Отсутствует такое явление, как нумерация страниц, поскольку весь текст располагается только на одной плоскости. **15.** Пространственное расположение текстовых и нетекстовых фрагментов определяет последовательность восприятия фрагментов, которые поначалу воспринимаются как единый, целостный образ, а потом, следуя замыслу дизайнера, вытягиваются в линейную цепочку при прочтении модульного текста реципиентом. Причем эта линейная цепочка (последовательность восприятия взглядом) не является традиционной (слева направо, как в линейном тексте), т.е. здесь явно просматривается доминанта так называемого «визуального чтения», основанного на сформированном «оптическом образе» определенного вида текста, а не построчное «чтение про себя».

Мы можем сделать вывод, что модульный текст и текст линейно организованный, то есть текст традиционного типа, существенно различаются в способах вербализации содержания. Актуализация модульных текстов в современном информационном пространстве развивает новые способы внешнего оформления текста. Именно организация речевого материала на ограниченной плоскости является важнейшим фактором смыслообразования и, соответственно, воздействия в модульных текстах.

В § 4 «Семантика текста и расположение речевого материала в плоскости листа (филологический аспект)» демонстрируется корреляция

²⁵ Шубина Н. Л., Антошинцева М. А. Вспомогательные семиотические системы в устной и письменной коммуникации. СПб.: Петро-пресс, 2005. С. 185.

между графическим обликом текста, который соответствовал историко-культурному контексту эпохи, и его смысловым наполнением. Специализированное использование графических средств в тексте привлекает внимание читающего к форме высказывания, актуализируя те или иные семантические компоненты. Графически выделенная единица, особое написание слова, не предусмотренное правилами орфографии, графические стилистические средства передают коннотативную часть сообщения и повышают тем самым значимость вербальной части высказывания. Предложение, являющееся компонентом абзаца, качественно отличается от самостоятельного. Читатель понижает внимание в конце строки по сравнению с ее началом. Такой «спокойный набор», по нашим наблюдениям, достаточно часто встречается в мемориальных текстах в том случае, когда на доске необходимо расположить достаточно большой по объему речевой фрагмент.

Важнейшими единицами коммуникации становятся паралингвистические элементы, которые представлены в виде целого поля средств, определяющих внешнюю плоскостную организацию текста. Графическая сегментация текста, его расположение на плоскости, шрифтовой и красочный наборы, типографские знаки, цифры, иконические средства, необычное написание, нестандартная орфография и нетрадиционная расстановка знаков препинания не бывает случайными.

Сопряжение семиотических кодов иконического, индексального и символического генезиса, т.е. структурная многомерность речевого сообщения, становится все более актуальным в поиске оптимальных средств воздействия на читателя. Существует жёсткая корреляция содержания и оформления модуля. Если модуль имеет типовую геометрическую форму (прямоугольник), то концентрация внимания читателя – на содержании.

Принципы плоскостной организации текста прослеживаются также в оформлении государственных документов, а также некоторых других сферах речевой практики массовой коммуникации.

Глава 3. Речевая организация модульного рекламного текста

В § 1 «Структурно-грамматическая организация модульного рекламного текста» излагаются принципы структурно-грамматической организации рекламного модуля. **1.** В хорошо организованном рекламном тексте членение текста на строки (линейные отрезки) не вступает в противоречие с членением предложений на синтагмы. **2.** В рекламном модуле однородные в грамматическом и смысловом плане речевые отрезки выстроены в рубрику с тождественным маркированием начала каждой новой строки. **3.** Многие из речевых отрезков, не являющихся в структурном отношении предложениями, в составе рекламного модуля приобретает статус высказывания. Такие речевые отрезки соотнесены с актуальной действительностью – с объектами, субъектами, событиями, ситуациями, положением – и получает пропозициональное значение. В сферу грамматического оформления логических отношений с помощью сложноподчиненных предложений модульные рекламные тексты не входят.

В § 2 «Категория предикативности в модульных рекламных текстах» показано, что все отрезки в структуре рекламного текста приобретают статус высказывания независимо от синтаксической структуры, поскольку каждый из этих фрагментов соотнесен с конкретной речевой ситуацией, погружен в действительность. В модульном рекламном тексте и слово и словосочетание имеет пропозитивное значение. Специфика организации речевого материала в модуле заключается в том, что пропозиции в нем свернуты, эксплицирована только часть пропозиции, вследствие чего высока доля существительных и именных словосочетаний, поскольку они маркируют предметное и фактологическое содержание, его информативную суть.

Механизм сопряжения компонентов содержания в единое целое и обусловленная им целостность восприятия формируются под воздействием ряда факторов.

На синтаксическое развертывание пропозиции оказывает влияние вся совокупность высказываний модульного текста, соседние модули и общий для продуцента и реципиента фон знаний. Следовательно, категория предикативности формируется в модульном тексте не только с помощью лингвистических средств, но и с помощью экстралингвистических факторов, то есть выражается имплицитно. Таким образом, совокупность трех уровней контекста: локального (ближнего контекста), дальнего и глобального (макроконтекста), зачастую имеющего невербальное, неязыковое воплощение, формирует смысловое наполнение рекламных текстов с нелинейной структурой.

В § 3 «Категория модальности в рекламном модуле» говорится о том, что соотнесение содержания с планом ирреального противоречит самой сути рекламной коммуникации. В связи с этим не актуализируется категория объективной модальности и выводятся на первый план значения субъективно-модального типа, выражающие субъективное волевое начало, способ, меру представления чего-либо. С этой позиции в модальности модульного текста находит отражение сложное взаимодействие между четырьмя факторами коммуникации: говорящим, собеседником, содержанием высказывания и действительностью.

Все указанные обстоятельства дают нам основания при анализе модульного текста не актуализировать понятие объективной модальности. Объективная модальность, погруженная в такой специфический речевой контекст, не в полной мере работает на получателя и, соответственно, лишена полноценной воздействующей силы и коммуникативного смысла. В модульных текстах, актуализирующих функцию воздействия, эта модальность ослаблена. В речевой ситуации модульного текста понятие объективной модальности весьма условно. Всякий сообщаемый в модульном рекламном тексте материал тенденциозен, его выбор обусловлен волей говорящего, его внутренней оценкой значимости того или иного факта.

То же самое можно сказать и о тексте мемориальном – сам факт установления мемориальной доски уже свидетельствует об оценке того или

иною события или лица (например, мемориальная доска установлена в честь особых заслуг личности или в знак скорби). Более того, современная тенденция усматривать, вычитывать в мемориальных текстах прошлого одиозные смыслы лишней раз свидетельствует о том, что объективная модальность в коммуникативном аспекте в своем изначальном онтологическом статусе никак проявить себя не может.

В § 4 «Семантическая организация модульного рекламного текста» все рекламные тексты подразделяются на тексты одномерные по семантической структуре и тексты многомерные. Во фрагментах, где речевой массив в поверхностной речевой структуре представлен расположенными на отдельных строках словоформами с отвлеченным значением, проявляет себя, как правило, только семантика факта. Такие тексты являются одномерными по семантической структуре, так как содержат только один тип семантики – фактологический. В многомерных типах рекламных модульных текстов при организации их на плоскости мы наблюдаем выдвижение на первый план контактоустанавливающих речевых фрагментов с событийной, субъективно-модальной или оценочной семантикой. Общая семантика рекламного модуля зависит от того, какой речевой фрагмент в составе модуля актуализирован по сравнению с другими вербальными отрезками. Чем больше общего фактического знания о речевой ситуации у коммуникантов, тем выше степень компрессии текста. Чем выше субъективность в высказывании, тем шире степень развернутости текста в модуле.

В зависимости от семантического типа актуализированного компонента в речевой структуре модульного текста модули можно разделить на две основные группы: 1) информативные (фактологические) и 2) тексты с модусной доминантой (воздействующие на эмоциональную сферу получателя). Это разделение можно считать весьма условным, поскольку в рекламном тексте сам факт сообщения о каком-либо явлении, товаре, услуге тенденциозен. Сообщаемый факт лишь облечен в языковые одежды объективности, а в коммуникативном плане стремится выделиться из речевого массива других сообщений. Причем фактическая составляющая текста является обязательной и может быть выражена при помощи рисунка или фотографии.

По функциональному назначению содержания все речевые фрагменты модульного текста делятся на два больших класса: главные (текстообразующие) и вспомогательные (факультативные). Факультативные компоненты зачастую являются устойчивыми конструкциями: в них сообщается время работы той или иной организации, ее местонахождение.

Отнесение фрагмента к главному или же вспомогательному по его роли в формировании содержания текста диктуется волей субъекта речи, его целеустановкой. Авторская воля выражается в расположении языковых фрагментов в плоскости листа (формате модуля) по центру, внизу, вверху, в правом верхнем углу, в нижнем правом углу, в шрифтовом выделении, цветовой подложке, кегле, интерлиньяже, разрядке.

Многомерные тексты включают в свою смысловую структуру помимо информативной составляющей контактоустанавливающую, сопряженную с личной сферой как продуцента, так и реципиента. В синтезе этих составляющих заключается механизм речевого воздействия. Если созданный текст адекватен индивидуальному сознанию и культуре, то в коммуникативной реальности он порождает множество дополнительных текстов.

В § 5 «Модульный рекламный текст как тип актуализирующей прозы» отмечается, что для модульного рекламного текста, характерен актуализированный тип прозы, для которого характерно выделение особо значимых для автора (отправителя, продуцента) слов высказывания. Это обусловлено тем, что классическая синтагматическая проза с ее экспликацией всех возможных смыслов, с развернутыми периодами и логически заданной линейной структурой от неизвестного к известному существенно снижает субъективизм высказывания, затушевывает, нивелирует модус и словно отгораживается от читателя. В то время как современный текст, особенно текст массовой коммуникации, стремится стать максимально эффективным, риторическим, воздействующим.

Максимальное воздействие на получателя достигается при помощи следующих приемов. **Происходит разрушение синтагматической иерархии:** отсутствует синтаксическая вершина предложения, разрушена иерархическая пирамида, логическая постепенность перехода к основной мысли. **Поиск новых средств создания связности текста:** в модульном тексте формально отсутствует не только иерархическая синтагматика, но и синтаксические коннекторы, отвечающие за логическую развернутость структуры высказывания: *если, то; в том случае, если; благодаря тому, что.* **Тенденция к самостоятельной предикации каждого элемента информации:** в нелинейном модульном тексте синтаксические категории предложения обретают все слова и словосочетания, поскольку получают статус самостоятельного высказывания в семантической среде, сформированной всеми имплицитными смыслами: информативность зависит от взаимной соотнесенности всех элементов текста. **Дробление синтаксической цепочки на ряд интонационно законченных высказываний:** такое структурно-графическое расчленение в текстах актуализирующей прозы называется сегментацией. В модульном тексте широко распространена эпифраза: вынесение важного для автора компонента высказывания в конец фразы и превращение его в самостоятельное предложение. **Динамический центр высказывания стремится к имени, а не к глаголу:** этот факт объясняется тем, что смысловая структура и структурно-семантические валентности глагола значительно шире и сложнее, чем у имени существительного. Значение имени в этом отношении выглядит более конкретным. При выборе коммуникативных единиц для организации речевой структуры нелинейного текста необходимо учитывать, что объем подразумеваемых и степень семантического варьирования для получателя информации должны быть минимальными, чтобы текст был более или менее

однозначен. Объем импликаций существенно снижается за счет денотативных имен, которые обретают статус самостоятельного высказывания в смысловом поле нелинейного текста. ***Нерасчлененность модуса и диктума.*** Характер соотношения модуса и диктума зависит от точки зрения на событие, от воззрений говорящего.

В современной коммуникации риторический, воздействующий текст с простыми «обнаженными» смыслами вытесняет линейный текст. Все сказанное говорит о том, что модульный текст обладает ярко выраженной речевой спецификой, которая обусловлена своеобразной концепцией речевого поведения в этой сфере.

В § 6 «Категория хронотопа в модульной рекламе» констатируется возможность и необходимость использования категории хронотопа. Содержание текста непременно должно соотноситься с личной сферой получателя, смыкаться с его ощущением времени и пространства. В противном случае содержание текста для реципиента теряет смысл. В рекламном модуле пространственно-временные координаты (хронотоп) так или иначе воспроизводят пространственно-временные координаты объективной действительности, в которой сосуществуют отправитель и получатель. Хронотоп задается как речевыми, так и неречевыми средствами в модульном тексте на уровне ближнего и дальнего контекстов, более того, значения хронотопа могут быть как эксплицитно, так и имплицитно выраженными. Категория времени как смысловая категория, которая связывает обозначаемые ситуации с осью времени, эксплицируется в модульном рекламном тексте не столько в грамматическом предикате (он зачастую имплицитно), сколько в содержании самого текста и с помощью ряда экстралингвистических факторов: сам конкретный выпуск средства массовой информации, на страницах которого опубликован текст, указывает на место и время.

Важно отметить, что информация в таких типах текста устаревает вместе со своим носителем – газета становится вчерашней, а вместе с ней и вся информация, расположенная на ее полосах вместе с рекламными модулями и театральными анонсами, получает иную хронотопическую характеристику: все в прошлом. В театральных музеях хранятся старые театральные афиши, которые, никак не изменив своей языковой структуры, уже начинают выполнять иную коммуникативную функцию – напоминание о тех или иных событиях в прошлом.

Полагаем, что можно говорить о категории хронотопа и применительно к тексту рекламному, поскольку только наличие в подтексте значений «здесь и сейчас» делает текст рекламный модуль коммуникативно функциональным. Категория времени, которая связывает в сознании читателя обозначаемые ситуации с представлением о реальном времени, в рекламном тексте зачастую эксплицируется не средствами грамматики в предикате, который может отсутствовать, а экстралингвистическими средствами. Дата выхода номера газеты или журнала делает смысл

заложенной в любой текст данного номера информации либо актуальным (сейчас), либо историческим (это уже было давно и прошло)

В § 7 «Имплицитная информация в модульном рекламном тексте» ситуации имплицитирования смыслов в коммуникативном аспекте разделены на три основные группы: логические (опускание причинно-следственных, пространственно-временных, субъектно-объектных связей); лингвистические (опускание части слова, сложные сокращения и аббревиации); прагматические (обусловленные коммуникативным намерением отправителя сообщения). Степень компрессии поверхностных структур модульного текста должна определяться типом смысловой структуры речевых фрагментов внутри модуля с учетом расположения модуля по отношению к другим модулям: на одной полосе в СМИ, на витрине магазина, на растяжке, на афишной тумбе, на доске объявлений, на стене дома. Фоновые знания адресата на уровне метаконтекста имеют большое значение в декодировании смыслов. Количество импликаций для отдельных реципиентов может быть разным. Это зависит от глубины понимания, фокуса внимания, объема знаний, склонности или несклонности к стереотипному мышлению и т.д. Гипотетичность в рекламных объявлениях информационного характера является их недостатком. Если возникает такая гипотетичность с позиции декодирования, отправителю необходимо восполнить смысловую лакуну и конкретизировать ее предметным описанием. В модульных текстах с однородной смысловой структурой с семантикой факта импликация является скрытым логическим коннектором. Логические связи, обозначаемые в языке союзами *если – то; в том случае если; благодаря тому что* и другие, в нелинейных текстах не эксплицируются, поскольку современная синтаксическая ситуация отражает не столько позицию точки зрения автора, порождающего текст, сколько читателя, текст воспринимающего.

Однако есть такие виды имплицитной информации, которые требуют дополнительных усилий при восприятии. Так, например, имплицитные смыслы часто представлены с помощью метонимии и метафоры. Метафора выполняет ответственную прагматическую функцию: характер импликаций в текстах модульных имеет не только формально-логическую, но и образную природу, свойственную речи художественной. Наличие образных по характеру импликаций в нелинейном рекламном тексте не причисляет рекламные модули к художественному жанру, однако анализ имплицитированных фрагментов модуля говорит о том, что рекламный модульный текст прямо и непосредственно связан с категорией образа.

Степень компрессии смыслов у фрагментов текста, образующих речевой массив в целом, определяется их семантическим статусом: одни фрагменты поддаются смысловому сжатию, а другие нет. Чем меньшее количество речевого материала представлено в тексте, тем большее количество импликаций различной природы он содержит, тем глубже его семантическая составляющая, которую реципиент самостоятельно моделирует из своего прежнего речевого опыта, соотнося его с данной конкретной речевой ситуацией.

Функций импликатур в модульной рекламе несколько. Во-первых, достигается столь необходимая для рекламного модульного текста краткость изложения. Во-вторых, достигается иллюзия предназначенности рекламного текста только для посвященного читателя, поскольку ведущим моментом в процессе восприятия подтекста является информационная потребность получателя. В-третьих, неполнота как грамматическое явление неизбежно связана с экспрессивной окрашенностью текста: адресат не подвергает импликатуру оценке. В-четвертых, подача некоторой части информации в имплицированном виде позволяет сделать неясными те смыслы, которые могут быть для рекламодателя невыгодными.

Глава 4. Модульный мемориальный текст как тип воздействующего текста

В § 1 «Структурно-грамматическая организация модульного мемориального текста» говорится о том, что в мемориальных текстах построчная организация речевого материала иная. Требование, чтобы членение на строки не нарушало границы синтагм, здесь не соблюдается. Все синтаксические связи в мемориальном тексте эксплицированы, мемориальные тексты демонстрируют большую логико-грамматическую оформленность в отличие от рекламных модулей. Отрезки, размещенные на одной строке, не имеют пропозиционального значения в отличие от того, что мы имеем в модульном рекламном тексте. Объясняется это тем, что здесь коммуникативная цель текста принципиально отличается от коммуникативной цели рекламного текста. Если рекламный текст обращен к актуальной жизненной ситуации, к потребительским интересам, то мемориальный текст обращён к памяти, к вечности, к миру знаний и миру ценностей. В мемориальном тексте важно слово само по себе со всеми его смыслами. Цель членения мемориального текста на строки – актуализировать смысловой потенциал слова. Цель членения рекламного модульного текста на строки – актуализировать актуальные современные жизненные ситуации на основе минимума словесного материала.

Воздействующая функция модульного мемориального текста усиливается за счет его *ритмической организации*. Короткие строки прозаического текста читатель невольно ритмизирует. Именно с таким явлением мы имеем дело в модульном мемориальном тексте. Чем короче строка – тем весомее значение слова, которое на ней располагается для понимания всего текста в целом. Смысловая структура в модульных текстах не безразлична к его речевой организацией и расположению речевого массива на плоскости. При сравнении одинаковых по смысловой структуре текстов можно заметить следующее: одинаковая смысловая структура фрагментов, образующих модульный текст, имеет одинаковую построчную нарезку и одинаковое же размещение на плоскости гранитной плиты.

Мемориальные доски уникальны по характеру своего исполнения, не случайно их статус приравнивается к статусу архитектурных памятников, отражающих дух эпохи. На наш взгляд, развитие художественного оформления мемориальных досок сродни художественному оформлению

книжных титулов: некоторые мемориальные доски по своей форме напоминают книгу, на обложке которой выгравирован текст.

Мемориальный текст, вне зависимости от типа семантики образующих его фрагментов, только при помощи организации линейных отрезков и их расположения на плоскости в сочетании с элементами орнаментального характера приобретает художественность. Скульптурный рельеф по своему эмоциональному воздействию на получателя становится равноценным тексту.

В § 2 «Модульный мемориальный текст как вторичный текст средств массовой информации» говорится о том, что мемориальный текст, так же как и текст СМИ, ретранслирует социокультурные стереотипы, способствует социализации. Мемориальные доски представляют собой краткую летопись истории страны, поэтому являются по своему функциональному назначению идеологически нагруженными памятниками архитектуры, которым всегда и во все времена придавалось особая функция идеологического воздействия. Сказанное дает нам все основания считать мемориальные тексты особым типом воздействующих текстов, смысловая структура которых соотносима со смысловыми фрагментами текстов СМИ того же временного периода, к которому относятся мемориальные надписи.

Текст мемориальной доски выглядит как сжатая форма газетного фрагмента, текст газеты отличается от текста мемориального только длиной, степенью развернутости пропозиций. Тексты совершенно одинаково организованы, с той лишь разницей, что в газетном тексте значения отношений между элементами последовательности описываемых событий эксплицированы, в мемориальном тексте – выведены в подтекст.

Несмотря на очевидное сходство с текстом СМИ, модульный мемориальный текст имеет и существенные отличия от текстов средств массовой информации, поскольку обладают способностью преодолевать актуальный исторический контекст, становятся фактом искусства. Именно это происходит при установке мемориальных досок, которые представляют собой фрагменты, вырванные из публицистического текста и нанесенные на мраморную или гранитную плиту.

В § 3 «Типы модульных мемориальных текстов» проведенное разделение мемориальных текстов на тематические группы является одним из нескольких возможных, так как в рамках одного модульного мемориального текста нередко совмещаются сразу несколько тем. Один и тот же человек в мемориальном тексте может быть представлен и как деятель культуры, науки, техники, и как герой революционных событий, и как герой войны, и как жертва политических репрессий. В то же время речевая организация модульного текста такова, что семантически значимым будет только один речевой отрезок. Причем этот речевой отрезок будет полностью совпадать с актуальным контекстом и с речевой ситуацией, во время которой текст прочитывается получателем. Таким образом, презентация речевого материала в мемориальном тексте, характер организации смыслового наполнения и сам порядок следования в тематическом перечне справочников

полностью соответствует заданному идеологическому полю. Поэтому речевые отрезки с эксплицированной фактообразующей семантикой существенным образом дополняются оценочными коннотациями, которые задаются не только речевыми фрагментами, но и способом их организации на плоскости модуля (гранитная или мраморная доска) и на плоскости листа в справочнике, в котором алфавитный порядок выполняет второстепенную функцию, а идеолого-тематическая иерархия – основную. Сопряжение линейной организации речевого отрезка с плоскостным принципом актуализации в модульном мемориальном тексте позволяет при зрительном восприятии, которое является первичным и неоспоримым, воспроизвести соответствующую идеологическому контексту систему морально-этических координат: важное – неважное, основное – второстепенное, значимое – незначимое, правильное – неправильное. Сценарий монументальной пропаганды накладывается на структурную организацию городской среды.

В § 4 «Иерархичность организации содержания в совокупном модульном мемориальном тексте» обращается внимание на то, что в топонимических справочниках мемориальные доски обычно классифицированы по объекту посвящения. Организация содержания справочников мемориальных досок полностью отражают степень значимости персоны или события в определенный исторический период. Расположение речевого материала в разделе справочника «Содержание» тоже подчинено плоскостному принципу. Речевые отрезки располагаются в два столбца, благодаря чему четко прослеживается доминанта нелинейной организации «верх – низ» с актуализированными заголовочными комплексами как в газетной верстке. Тот же принцип организации содержания по значимым идеологическим концептам последовательно наблюдается и в других справочниках советской эпохи. Содержание сборников маркирует социально-политический характер эпохи, что лишнее раз подтверждает факт несомненной коммуникативно-прагматической функции мемориального текста как текста пропагандистского, воздействующего. Ни историко-хронологическая, то сеть линейная последовательность происшедших событий, ни количество знаковых личностей в той или иной сфере при их включении в официальные справочники не принимаются во внимание. Мемориальные тексты всегда привязаны к идеологическим концептам эпохи с учетом региона на местном, локальном, или федеральном, всероссийском, уровнях, что в очередной раз доказывает определенное сходство их коммуникативных функций с коммуникативными функциями текстов массовой коммуникации.

В § 5 «Модульный мемориальный текст в семиотическом аспекте» показывается, что декодирование смыслов в таком типе текста происходит на основе синтеза вербальных и невербальных знаков, а также характера взаимоотношений и взаимодействий этих знаков в оптимальном изображении и передаче информации. Такой тип текста многоканален, его вполне можно считать подтипом изотекста. В качестве дополнительных информационных кодов может выступать форма мемориальной доски

(прямоугольник, вытянутый в высоту или ширину, квадрат, овал, круг, различные не геометрические, но фантазийные формы, претендующие на художественность: книга, свиток, полоса газеты, кадр, вырезанный из киноленты, театральный занавес и т.п.), а также расположение на плоскости, цвет мемориальной доски, материал-фактура, место установления мемориальной доски. Невербальные фрагменты в мемориальном тексте традиционны, как традиционна и речевая структура мемориального текста. Невербальные фрагменты репрезентирует следующие характеристики персонажа мемориального текста: социально-статусные (*лавровая ветвь, дубовая ветвь, лавровый венок*); профессиональные (*раскрытая книга, гусиное перо, свиток, шахматная доска, микроскоп, лира, нотный стан*); мировоззренческие (*серп и молот, звезда, крест*); гендерные: *роза*.

Поскольку далеко не все мемориальные тексты, посвященные личностям, имеют портрет-барельеф, можно с уверенностью говорить о том, что портретное описание не является для мемориального текста релевантным смысловым фрагментом, а имеет дополнительное, архитектурно-художественное назначение.

Характер пространства (размещение мемориальной доски на наружной или внутренней стене здания) также является неотъемлемым компонентом смысловой структуры модульного мемориального текста как знака – это тоже способ кодирования информации, дополняющий в смысловом отношении речевую структуру мемориальной доски и влияющий на восприятие всего текста вместе с плоскостью его размещения как единого знака. Материал, из которого изготовлена поверхность, на которую нанесен текст, имеет символическую нагрузку и придает текстам больший смысловой вес. Более того, анализ тестов на мемориальных досках различной фактуры выявил смысловое соотношение между личностью, профессией, статусом и материалом, на который текст нанесен. Так, например, замена известковой мемориальной доски на гранитную неизбежно влечет за собой редактирование мемориального текста. Мемориальные доски – это своего рода табель о рангах, поскольку мемориальные доски в честь деятелей науки, техники, культуры и общественных деятелей в материальном воплощении отличаются от текстов в честь деятелей революции или героев войн.

В § 6 «Предикативность и субъективная модальность в модульном мемориальном тексте» модульные мемориальные тексты представлены как пример исторически сложившейся практики материального воплощения одного из типов воздействующего текста в массовой коммуникации. Перед нами ансамбль, образованный архитектурным решением (материал доски, форма доски, декор, соответствие архитектурному стилю здания) в совокупности с характерным способом расположения в плоскости текстовых фрагментов мемориального текста. Его назначение – создать оптимальные условия для восприятия текста читателем и воздействия на него. Объективная модальность модульного мемориального текста характеризуется тем, что содержание высказывания ни в коем случае не может быть соотнесено с планом «ирреальное». Мемориальная надпись

может быть посвящена только тому, что было, имело место в действительном мире. Поскольку главная задача мемориального текста – увековечить память о реально происходивших событиях, то информация о событии сообщается, как правило, с использованием простого предложения, сформированного на основе семантики факта. Именно факт воспринимается как абсолютное, достоверное знание. Такое высказывание-факт чаще всего соотносится в сознании читателя с неэксплицированной структурой сложноподчиненного предложения с придаточным изъяснительным, предназначенным для выражения значений субъективно-модального типа: *мы помним, что; следует помнить о том, что; помните, что...* В результате надпись воспринимается не только как объективный факт, но и как событие, вмещенное в жизнь читателя. Надпись, таким образом, может быть осмыслена в двух семантических планах – как факт и как событие.

Субъективная модальность, то есть отношение пишущего (говорящего) к сообщаемому, как и объективная модальность, является обязательным признаком высказывания. Но она выглядит факультативным признаком высказывания, если выражается эксплицитно. В смысловую основу субъективной модальности иногда включают и понятие оценки в широком смысле этого слова: не только логическую (интеллектуальную, рациональную) квалификацию сообщаемого, но и разные виды эмоциональной (иррациональной) реакции. Значения субъективно-модального типа, актуализирующие личностное начало в мемориальных текстах, наиболее явно выражены в высказываниях с семантикой события. Субъективно-модальные значения могут актуализироваться и с помощью такого речевого действия, как *наставление, дидактическое наизидание*.

Языковые средства, при помощи которых обычно выражаются субъективно-модальные значения в мемориальных текстах следующие: глаголы в форме повелительного наклонения (*скажите, помните*); глаголы в личной форме настоящего времени в функции повелительного наклонения (*прошу, клянусь*); лексика, свойственная торжественному высокому стилю (*скорбь, битва, жертвы, герои, павшие, потомки*); слова-интенсификаторы с процессным значением, входящие в состав сказуемого и репрезентирующие его постоянное свойство (*всегда, навсегда, никогда, навеки, вечно*) и др.; неэксплицированные нарративные отношения следования, вводимые при помощи причастных оборотов действительного и страдательного залога прошедшего времени.

Категория предикативности в грамматическом аспекте проявляет себя и в системе временных значений. Категория времени в модульном мемориальном тексте совмещает в себе языковые, грамматические, и ситуационные смыслы. Время в мемориальном тексте проявляет себя как категория грамматическая и как категория философская, ментальная. Ментальное время задается в тексте категорией хронотопа, поскольку постижение смысла любого высказывания проходит через хронотоп. Хронотоп проявляет себя в пространственно-временных интенсификаторах, вербализованных в тексте в речевых фрагментах, эксплицирующих

пространство и время: где и когда произошло то или иное событие, где и когда жил, работал тот или иной текстовый персонаж.

В зависимости от речевой ситуации восприятия мемориального текста предикативность мемориального текста задается невербальным ситуационным контекстом (прочитывание текста мемориальной доски на стене здания) или вербализованными конструкциями пояснительного характера, репрезентирующими пространственно-временные координаты (в справочнике). Функция хронотопа мемориального текста обладает еще одним весьма специфическим свойством: она может меняться в зависимости от речевой ситуации и социально-исторического контекста эпохи при восприятии памятной надписи.

В § 7 «Мемориальные тексты с одномерной и многомерной семантической структурой» представлены модульные мемориальные тексты с разными типами языковых значений. Один из наиболее часто встречающихся случаев – в тексте сочетаются фрагменты с событийной и предметной семантикой. Особые заслуги персонажа текста, факты его биографии, субъективное отношение отправителя сообщения, которое имеет статус официального отношения к данному лицу общества, – все это требует разных типов языковых значений. Семантика факта, как и предметная семантика, в силу коммуникативной предназначенности мемориальной доски и ее статуса в общественном сознании, неизбежно трансформируются в семантику событийного типа, так как фиксируют в сознании общества наиболее важные события в жизни государства и наиболее значимые имена участников этих событий. В семантическом плане событие воспринимается как личностное осмысление произошедшего. В мемориальном тексте речевая ткань в плане выражения гражданских чувств, патетичности, монументальности отмечена высоким профессиональным речевым мастерством. Монументальность осознается как проекция качеств архитектурного произведения – устраненность сиюминутного, величие неподвижности, возвышенность чувств и др. Мемориальные модульные тексты с одномерной речевой структурой состоят в основном из слов с отвлеченным значением, задающих основу для передачи фактологической информации.

Многомерность речевой структуры текстов мемориальных досок проявляется и в том, что для понимания этого типа текстов необходима определенная коммуникативная среда. Важно и то, что данные речевые фрагменты дополнительным образом осложняют свою смысловую структуру, вступая в дополнительные смысловые отношения с другими мемориальными текстами, расположенными рядом, образуя единый текст.

В § 8 «Специфические особенности фрагментов с событийной семантикой» весь массив собранных мемориальных текстов подразделяется по принципу выдвигания на первый план наиболее значимых в событийном плане фрагментов, производится анализ их коммуникативно-прагматического назначения. В анализируемом материале текстовые фрагменты с семантикой события не столько представляют происходящее,

сколько его интерпретируют, разъясняют, истолковывают. На основе событийной семантики в модульном мемориальном тексте осуществляются преимущественно три указанных речевых действия: *разъяснение, событийное повествование, рассказ о происшедшем.*

В § 9 «Способы презентации персонажа в мемориальном тексте» говорится о том, что речевая структура персонажа в массовом тексте включает в себя следующий принцип представления лица в тексте: номинация, внешний облик, социально-статусная характеристика, окружение, событие, психологический портрет, идеологический портрет²⁶. Специфика мемориального текста проявляется в том, что речевая структура персонажа (лицо, которому посвящается мемориальная надпись) обладает приблизительно одинаковым набором характеристик, одни из которых являются обязательными, а другие – факультативными, дополнительными. Презентация персонажа в массовом тексте целиком и полностью зависит от того информационного контекста, информационного поля, содержание которого определяется информационной нормой, существующей в то или иное время. Несмотря на заданный идеологический вектор, мемориальные доски, посвященные деятелям Октябрьской революции, в структурно-семантическом отношении и стилистическом оформлении отличаются от мемориальных текстов, посвященных героям Великой Отечественной войны. В текстах, посвященных героям Революции или Гражданской войны, актуализируется «преданность делу Октября». В мемориальных текстах в честь героев Великой Отечественной войны актуализирована героическая смерть за Родину. Подвиг, выдающийся поступок, участие в том или ином событии, совершенное открытие, а также другие составляющие событийного мира, повышающие социальный статус личности до общественно значимого уровня, является доминантой, смысловой основой текста всего массива мемориальных надписей. Сгущение нужных для позиционирования личности смыслов является обязательной чертой мемориальных текстов-биографий. В биографических текстах, в которых доминирует событийная семантика, особое место отводится социально ценным, с точки зрения определенного времени, качествам личности. В текстах данного типа событийная семантика хорошо сочетается с семантикой такого речевого действия, как оценка-заключение. Сообщение о героической гибели, как правило, помещается в абсолютном конце – сильной позиции текста. Подобный прием создает высокую степень напряженности в тексте.

В § 10 «Мемориальный текст как монументальная пропаганда» констатируется тот факт, что мемориальные доски не только являются памятниками тому или иному событию, но и отражают официальный язык эпохи, новояз эпохи с присущей ей информационной и стилистической нормой. Недифференцированность реципиента мемориального текста очевидна. Мемориальный текст обращен к людям разных политических

²⁶ Потсар А. Н. Речевая структура персонажа в массовом тексте. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. СПб., 2006. С.14-15.

взглядов, возрастных групп, полов, возрастов, интересов, уровней культуры, характеру занятости. Стереотипное восприятие действительности, свойственное идеологическому тексту, в мемориальном тексте еще больше упрощается, подвергается редукции, сведению сложного к простому на разных уровнях текста и укладывается в жесткую систему координат «хорошо» – «плохо». Тенденция к редукции проявляет себя и в мемориальном тексте. Это выражается в использовании стереотипов, фрагментарности образов (представлении индивидуальностей в виде одноплановых семантических структур), формировании культа эталонных личностей. Все это позволяет превращать объективно существующую тенденцию в субъективный прием манипулирования массовой аудиторией. Мемориальные тексты организованы таким образом, что событийная смысловая компонента оказывается вмонтированной в семантику факта, а факт, как известно, не нуждается в комментировании или интерпретации и не подвергается субъективной оценке.

В § 11 «Цитата в мемориальном модульном тексте» мы традиционно рассматриваем цитату как дословное воспроизведение автором фрагмента какого-либо другого устного или письменного текста. Цитата как явление речевой практики общества всегда является знаком своей эпохи, погружена в обширный исторический и культурный контекст. В мемориальном тексте цитирование фрагментов устного выступления или письменных документов (писем, посланий, постановлений, приказов, статей, докладов и т. п.) «создает у читателя ощущение сопричастности данного идеологического направления основным культурным ценностям нации»²⁷. Цитата в мемориальном тексте - это традиционный риторический прием, суть которого состоит в том, что цитируются слова, произнесенные первым лицом государства, с целью выражения официальной позиции по определенному вопросу и актуализации исторической важности представленной ситуации, это позиционирование высокого статуса лидера и его мировоззренческого предназначения. Во многих случаях для успешной реализации функциональных возможностей цитаты в мемориальной надписи цитируемые слова связываются с местом установки. Цитате в тексте мемориальной надписи не противопоставлены различного рода речевые приемы, тропы и фигуры. Подобного рода риторический прием сведения сложного к простому весьма широко распространен также в практике убеждающей, увещательной рекламной коммуникации. Весь собранный нами речевой материал текстов мемориальных досок, содержащих в своей структуре фрагменты цитирования, можно классифицировать по речевым действиям, которые репрезентируют коммуникативную установку субъекта цитирования и осуществляются в виде цитаты: *пожелание с оттенком долженствования, предписания; наставление, наказ, клятва, присяга, воззвание, публичное обращение, сентенция, директива.*

²⁷ Редькина Т. Ю. Чужая речь в средствах массовой информации // Русская речь в средствах массовой информации / под ред. В. И. Конькова. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2007. С.143 - 179.

В **Заключении** подводятся итоги исследования и обозначается перспектива дальнейших научных изысканий в обозначенной сфере.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

Статьи в изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. *Быкова Е. В.* Принципы анализа модульного текста // Вестник Воронежского государственного университета. 2006. №1. С. 8-12.
2. *Быкова Е. В.* Семантические типы фрагментов модульного текста (на примере модульной рекламы в печатных СМИ) // Вестник Санкт-Петербургского университета 2009. Вып.4. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. С.206-214.
3. *Быкова Е. В.* Структурно-грамматическая организация модульного текста // Вестник Новгородского государственного университета. Сер. Филология 54/ 2009. С.11-14
4. *Быкова Е. В.* Фрагменты с событийной семантикой в речевой структуре модульного мемориального текста // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2010. №120.С.120-127.
5. *Быкова Е. В.* Фрагменты с семантикой факта и предметной семантикой в речевой структуре модульного мемориального текста // Проблемы истории, филологии, культуры. 2010. №3 (29). С. 262-270.
6. *Быкова Е. В.* Высказывания в модульном тексте: предикативность и субъективная модальность // Мир русского слова. 2010. №3.С.36-43.
7. *Быкова Е. В.* Многоканальность модульного мемориального текста // Известия российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2011. №130. С. 96- 101.
8. *Быкова Е. В.* Функция цитаты в модульном мемориальном тексте // Проблемы истории, филологии, культуры. 2011 №2 (32) С. 344-350.
9. *Быкова Е. В.* Модульный текст в семиотическом аспекте // Ученые записки Горного университета. Том 193. 2011 С. 265-268.
10. *Быкова Е. В.* Модульный мемориальный текст как монументальная пропаганда // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена 2011. №131. С. 131-137..
11. *Быкова Е. В.* Фреймовый подход к интерпретации смысла модульных текстов в массовой коммуникации // Известия Финансово-экономического университета . 2011. №5. С. 37-41.

Монографии:

12. *Быкова Е. В.* Речевая структура модульного текста// Русская речь в средствах массовой информации: стилистический аспект/ под ред. В. И. Конькова. СПб.: Изд-во СПб. ун-та. 2007. Гл.3. С.225-254. (Авт. вклад 1,5 п.л.)
13. *Быкова Е. В.* Речевая организация модульного текста // РИО РГГМУ. 2011. – 262 с. (16 п.л.)

Другие научные публикации автора:

14. *Быкова Е. В.* Допустимая разговорная норма или намеренная речевая ошибка в контексте современной телевизионной рекламы // Русский язык как иностранный и методика его преподавания. Материалы XXX11 международной филологической конференции. Вып.15. СПбГУ, СПб, 2003. С.26-29.
15. *Быкова Е. В.* Особенности речевой структуры модульного текста (на примере анализа рекламных объявлений газеты «Центро-Балт» // Русский язык как иностранный и методика его преподавания. Материалы XXX11 международной филологической конференции. Вып.16. СПбГУ. СПб, 2004. С.22-25.
16. *Быкова Е. В.* Синтаксические особенности модульного текста: реклама в газете «Реклама-шанс» // Средства массовой информации в современном мире. Тезисы научно-практической конференции. СПбГУ. СПб, 2004. С.111-112.
17. *Быкова Е. В.* Гармонизация отношений между заказчиком рекламы и ее потребителем – стратегическая задача специалиста по связям с общественностью//Материалы итоговой сессии ученого совета РГГМУ. Часть 1 СПб. Изд-во РГГМУ, 2004. С.157-158.
18. *Быкова Е. В.* О семантической адаптации англоязычных терминов (на примере финансово-экономической терминологии 1990-х годов) // Лингвистические этюды. Памяти А.И.Моисеева. СПб.: изд-во СПбГУ, 2004. С.198-201
19. *Быкова Е. В.* Средства речевой выразительности на газетной полосе и в рекламном модуле // XXXУ1 международная филологическая конференция. Вып.17.СПбГУ, СПб, 2005. С.7-12.
20. *Быкова Е.В., Николаева Е.К.*Общая концепция преподавания дисциплины «Введение в ПР» для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью в сфере окружающей среды» (применение ПР-технологий в проектах «Природная среда и человек» // Сборник трудов международной школы-конференции молодых ученых, аспирантов и студентов «Изменение климата и окружающая среда». РГГМУ, изд-во РГГМУ, 2005. С.349-356.
21. *Быкова Е. В.* Диалог как базовый концепт в преподавании дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» // Сборник Материалов Третьей Всероссийской научно-практической конференции «Связи с общественностью как интегрированное научное знание периода открытого информационного общества». МГУ им. М.И.Ломоносова, М.: Флинта, Наука, 2006. С.42-46
22. *Быкова Е. В.* Плоскостной принцип организации речевого материала (историко-библиографический аспект) // Вестник (ВАК) Луганского национального педагогического университета им. Т.Г.Шевченко .Ч.2 2006, №11 (106), С.224-233.
23. *Быкова Е. В.* Рекламный текст в аспекте категории диалогичности // Материалы Всероссийской научной конференции «Слово. Словарь.

- Словесность: социокультурные координаты (к 110-летию профессора Н.П.Гринковой)». СПб., Сага, 2006. С.108-112.
24. *Быкова Е. В.* Категория предикативности в модульном тексте // СПб XXXV Международная филологическая конференция Вып. 18. Русский язык как иностранный и методика его преподавания 13-18 марта 2006 г. С.14-19.
 25. *Быкова Е. В.* Речевая структура мемориального текста с позиции категории персонажа // СПб, XXXVI Международная филологическая конференция Выпуск 19. Русский язык как иностранный и методика его преподавания 12-17 марта 2007 г. С.25-33.
 26. *Быкова Е. В.* Эксплицитное и имплицитное в модульных текстах // Актуальные проблемы современной лингвистики. Тихоновские чтения. Материалы международной научной конференции, посвященной 75-летию профессора А.Н.Тихонова. Том 2, Елец – Москва 2006 г. С.65-69.
 27. *Быкова Е. В.* Идеологические концепты в средствах массовой информации // Сборник научных статей к У11 Международной научно-практической конференции «Диалог культур – 2008. Новый имидж России» СПб. 2008. С.329-331.
 28. *Быкова Е. В.* Функция воздействия в газетном тексте // Отечественные традиции гуманитарного знания: история и современность. Тезисы докладов 1У научно-практической конференции 16 мая 2008 г. СПб. 2008. С.212-214..
 29. *Быкова Е. В.* Модульный мемориальный текст как текст массовой коммуникации // Русский язык и культура формирования единого социокультурного пространства России. Материалы 1 Конгресса Российского общества преподавателей русского языка и литературы. Санкт-Петербург, 14-18 октября 2008 г./ под ред. Т.И.Поповой и Е.Е.Юркова. – В двух частях. Т.1. – СПб: Издательский дом «МИРС», 2008. С.255-260.
 30. *Быкова Е. В.* Рекламный, журналистский и ПР-текст на газетной полосе // Материалы У111 межвузовской студенческой конференции «ПР и социальное управление: экономика, политика, культура. Личность. Семья. Общество» СПб, 2008. С.13-15.
 31. *Быкова Е. В.* ПР-функция в дискурсе деловых СМИ // 5 Международная научно-практическая конференция PR, бизнес, СМИ – партнерство и конкуренция. 13-14 ноября 2008 г. Тезисы докладов. СПб. 2008. С.30-32.
 32. *Быкова Е. В.* Модульные рекламные тексты в речевой практике современного общества // Труды экономического и социально-гуманитарного факультета. Выпуск 2. Санкт-Петербург. Изд-во Российского государственного гидрометеорологического университета. 2008. С.209-237.
 33. *Быкова Е. В.* Семантические фрагменты модульного текста (на примере рекламных объявлений в печатных СМИ) // Материалы Всероссийской

- научно-практической конференции «PR-образование в регионах России: актуальные вопросы и тренды», посвященная 10-летию PR-образования в г. Челябинске. 22-23 октября 2009. Челябинск. 2009. С.20-30.
34. *Быкова Е. В.* Коммуникационные риски PR-деятельности в виртуальном медийном пространстве // Тезисы международной научно-практической конференции PR, бизнес, СМИ – партнерство и конкуренция. 12-13 ноября 2009. СПб.2009. С.39-43.
35. *Быкова Е. В.* О репутационных рисках субъектов PR в Интернет-пространстве // Петербургская школа PR: от теории к практике. Вып. 7: Сб. К 82 статей / отв. Ред. А.Д.Кривоносов. СПб.: Роза мира, 2009. С.19-24.
36. *Быкова Е.В., Молчанова Ю.А.* Функции PR-деятельности в сфере информирования общественности о состоянии окружающей среды // Образование и бизнес в условиях глобализации. Особенности российских PR и рекламы. СПб. 2009. С.
37. *Быкова Е.В.* Категория диалогичности в политическом дискурсе (на примере текстов мемориальных досок) // Труды экономического и социально-гуманитарного факультета. Вып. 3. СПб., 2010. Изд-во РГГМУ. С.151-159.
38. *Быкова Е.В.* Категория диалогичности в политическом дискурсе (на примере текстов мемориальных досок) // Труды экономического и социально-гуманитарного факультета. Вып. 3. СПб., 2010. Изд-во РГГМУ. С.151-159.
39. *Быкова Е.В.* Модульный рекламный текст как особый тип актуализирующей прозы // Материалы 2 Конгресса РОПРЯЛ «Русский язык и культура в пространстве Русского мира». 26-28 октября 2010. С. 321-328.
40. *Быкова Е.В.* Функция цитаты в текстах воздействующего типа (на примере модульного мемориального текста) // Материалы конференции «Актуальные вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков. СПб. 2010. С. 365-375.
41. *Быкова Е.В.* Плоскостной принцип организации речевого материала в массовой коммуникации // Ученые записки Российского государственного гидрометеорологического университета, 2010. №16. С.163-171.
42. *Быкова Е.В.* Речевая структура модульного мемориального текста: иерархия смыслов // Юбилейный сборник в честь 80-летия К.А.Роговой 2011. С. 38-43.
43. *Быкова Е.В.* Новые тренды в сфере массовых коммуникаций// Российская пиарология: тренды и драйверы. Сборник научных трудов в честь профессор А.Д.Кривоносова. Челябинск: ИЦ «Издательская академия», 2011. С.25-29.
44. *Быкова Е.В., Алексеева Т.А.* PR-деятельность по продвижению творческих коллективов // Связи с общественностью в сфере бизнеса,

- рекреации и спорта: теория, методология, практика. Материалы Всероссийской научно-практической конференции 28 февраля 2011 г. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. С. 66-68.
45. *Быкова Е.В.* Блоги и социальные сети как новейшие тренды в сфере массовых коммуникаций // Новое в содержании и методах подготовки бакалавров и магистров по направлению «Реклама и связи с общественностью» Материалы научно-практического семинара. СПб., 2011. С.12-14.
46. *Быкова Е. В.* Манипулятивная функция цитаты в модульном мемориальном тексте // Труды экономического и социально-гуманитарного факультета. Вып. 5. Изд-во РГГМУ, 2011. С. 337-240.
47. *Быкова Е. В.* Модульный мемориальный текст как вторичный текст СМИ // Медиатекст как полиинтенциональная система. Материалы научно-практического семинара 7-8 декабря 2011 года СПбГУ. С.
48. *Быкова Е. В.* Цитата как риторический прием в модульном мемориальном тексте // Риторика в новом образовательном пространстве / Сборник научных трудов XVI Международной научной конференции. Спб 1-3 февраля 2012. С. 88-92.
49. *Быкова Е. В.* Модульный мемориальный текст как вторичный текст массовой информации // Медиатекст как полиинтенциональная система: сб. статей. СПб: С.-Петербур. гос. ун-т. 2012. С. 170174.

Методические материалы:

50. *Быкова Е.В., Федорова Н.Ю.* Мультимедийная презентация. Основные правила и рекомендации по выполнению (на русском и английском языках). СПб.: РГГМУ, 2010. 59 с.