

природу диктума /модуса, утверждает, что *модус* участвует в создании цельного, связного *текста* определенной сферы речи и определенного жанра. При этом сфера и жанр задают характер модуса. О. Копытов выделяет три модусных лидера в медиатексте: авторизационно-персуазивный модусный комплекс, модальный и оценочный [5].

Таким образом, становится очевидным, что для верного декодирования журналистских текстов, а также для адекватного представления первичности и вторичности текста необходимо осмыслить такие текстообразующие категории, как диктум и модус, где диктум обозначает событийную часть высказывания (номинативная функция), а модус передает отношение автора к содержанию высказывания (коммуникативная функция).

Библиографические ссылки

1. Цыбульская М. П. Диалогическая природа журналистского текста: реализация принципов трибунности и форумности // Журнал Белорусского государственного университета. Сер., Журналистика. Педагогика. 2018. № 2. С. 33–39.
2. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. М. : Едиториал УРСС, 2001. 416 с.
3. Биренбаум Я. Г. Выражение модуса с помощью реверсивных предложений // Функциональные, типологические и лингводидактические аспекты исследования модальности : тезисы докладов конференции. Иркутск : ИГПИИЯ, 1990. С. 12–13.
4. Ярыгина С. Е. Модус и модальность – терминологические синонимы? [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/modus-i-modalnost-terminologicheskie-sinonimy> (дата обращения: 09.09.2019).
5. Копытов О. Н. Модус на пространстве медиатекста общественно-политической тематики // Журналістыка-2016: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 18-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. Мінск : ААТ «Паліграфкамбінат імя Я. Коласа», 2016. С. 293–294.

ТЭКСТАЎТВАРАЛЬНЫЯ КАТЭГОРЫІ Ў ЖАНРЫ ПЛАКАТА

Л. Г. Шасцярнёва

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
lilija-shesternjova@rambler.ru*

Плакаты адыгрываюць асаблівую ролю ў публіцыстычным дыскурсе. Яны ўвайшлі ў камунікатыўную прастору ў другой палове XIX стагоддзя,

пераняўшы цэлы шэраг прыкмет ад тэатральных афіш і аб'яў. У структуры плаката інтэгруюцца розныя знакавыя сістэмы: вербальныя і іканічныя сродкі. Разглядаюцца тэкстаўтваральныя катэгорыі ў жанры плаката.

Ключавыя словы: плакат; цэласнасць; звязнасць; інфарматыўнасць; мадальнасць; эматыўнасць; тэмпаральнасць.

TEXT-FORMING CATEGORIES IN THE GENRE OF POSTER

L. G. Shastsarneva

Belarusian State University,

9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus

Corresponding author: L. G. Shastsarneva (lilija-shesternjova@rambler.ru)

Posters have a special role in the modern journalistic discourse. They went into a communicative space in the second half of the XIX century, having adopted a number of signs of playbills and advertisements. In various integrated structure poster sign systems: verbal and visual means. Discusses text-forming category in the genre of the poster.

Keywords: poster; integrity; connectivity; descriptiveness; modality; ematynasts; temporality.

Плакат – гэта малюнак з кароткім агітацыйным, навучальным або рэкламным тэкстам, для якога характэрны пэўныя тэкстаўтваральныя катэгорыі. Найбольш значымі з'яўляюцца дзве ўніверсальныя: цэласнасць (план зместу) і звязнасць (план выражэння) тэксту. Гэта тлумачыцца тым, што плакат як аб'ект лінгвістычнага даследавання характарызуецца інфармацыйным і структурным адзінствам, функцыянальна завершаным маўленчым цэлым.

Тэкстаўтваральная катэгорыя *цэласнасці* (у замежных даследчыкаў – *кагерэнтнасць*) плакатнага тэксту заключаецца ў адзінстве візуальнага і вербальнага ў тэксце, яго здольнасці функцыянаваць у камунікацыі. З катэгорыяй цэласнасці ў плакаце цесна пераплятаецца катэгорыя *звязнасці* – цеснае ўзаемадзеянне вербальнага і іканічнага элементаў. Звязнасць выяўляецца ў змястоўным, змястоўна-моўным і змястоўна-кампазіцыйным узроўнях [1, с. 132]. Варта адзначыць, што катэгорыя звязнасці выступае базай для пераважнай большасці плакатаў.

Спецыфіка *катэгорыі інфарматыўнасці* ў плакаце звязана ў першую чаргу з яго камунікатыўна-прагматычнай скіраванасцю – неабходнасцю пераканаць у ажыццяўленні дзеяння. З выражэннем

змястоўна-канцэптуальнай інфармацыі ў плакатным тэксе цесна звязана *катэгорыя мадальнасці*. У цэлым, іканічныя сродкі ў сілу сваёй расплывістасці і меншай семантыкі (у параўнанні з вербальнымі сродкамі) маюць патрэбу ў дадатковым тлумачэнні. Пры гэтым, паколькі плакат ўяўляе сабой часцей за ўсё прадукт калектыўнай творчасці, то непазбежна адбываецца ўзгадненне камунікатыўных задач усіх яго стваральнікаў (аўтара тэксту, мастака/оў, рэдактара і іншых удзельнікаў працэсу). Мадальнасць у гэтым выпадку абумоўлена злучэннем мадальнасці вербальных і іканічных элементаў, што ў сваю чаргу вызначае асабліваасці ўздзеяння крэалізаванага тэксту на адрасата. Іканічны кампанент тэксту можа быць прадстаўлены ілюстрацыямі (фатаграфіямі, малюнкамі), схемамі, табліцамі, сімвалічнымі выявамі, формуламі і інш. Вербальныя і выяўленчыя кампаненты звязаны на змястоўным, змястоўна-кампазіцыйным і змястоўна-моўным узроўні. Напрыклад, плакаты ваеннай пары – гэта яркія сімвалы франтавой эпохі: *«Родина-мать зовёт!»*, *«Защитим Москву»*, *«Беспощадно разгромим и уничтожим врага!»*, *«Воин Красной Армии, спаси!»*, *«Дойдем до Берлина!»*. Без іх сэнна немагчыма ўявіць перамогу ў Вялікай Айчыннай вайне. У 1941–1945 гг. яны былі нагляднай агітацыяй, з’яўляліся сапраўднымі салдатамі. Мастакі, як і ўсе астатнія, уступілі ў бой: яны заклікалі народ на барацьбу з фашысцкімі захопнікамі, заклікалі да перамогі.

Катэгорыя эматыўнасці ў тэксце плаката (асабліва ваеннага) заслугоўвае асаблівага разгляду, паколькі эмацыйнасць з’яўляецца вызначальнай прыкметай тэкстаў з ідэалагічным сэнсам. Свет эмоцый прадстаўлены ў плакатах ваеннага часу надзвычай шырока: ад жаху вайны да пераможных, патрыятычных настрояў. Тым не менш за разнастайнасцю эмоцый і сродкаў іх актуалізацыі ў ваенным плакаце прасочваюцца некаторыя эматыўныя канстанты: радасць ад будучай перамогі, шчасце ваяваць за свабоду сваёй краіны, а потым і ўсяго свету, адчуванне сілы, велічы і адзінства ўсяго народа. Дзякуючы эмацыйнасці, плакаты неслі гледачу жывы вобраз чалавека з яркай псіхалагічнай характарыстыкай. Ідэю, закладзеную аўтарам, яны перадавалі ясна і коратка. Галоўным героем быў сучаснік – салдат, рабочы, вясковец. Тэксты большасці плакатаў – лаканічныя, лёгка запамінальныя, дакладныя. Яны складаюць адзінае цэлае з выявай, павялічваючы эмацыйнае ўздзеянне на гледача. Ваенны плакат – гэта мэтанакіраваная спроба паўплываць на эмоцыі і чалавечыя паводзіны. Для таго каб стаць больш запамінальным, ён павінен адрознівацца яснасцю, лаканічнасцю

з абмежаваным выкарыстаннем колераў ва ўдалым злучэнні тэксту і малюнка.



Мал. 1



Мал. 2

Аналіз ваенных плакатаў часоў Другой сусветнай вайны дазваляе выявіць каштоўнасныя канцэпты і нацыянальна-культурныя стэрэатыпы, значныя для кожнай з краін-удзельніц. Так, у якасці асноватворных ключавых паняццяў у амерыканскай масавай псіхалогіі даследчыкамі вылучаюцца «democracy», «liberty», «freedom», а для савецкай тагачаснай рэчаіснасці такія паняцці былі «радзіма», «свабода», «гонар».



Мал. 3



Мал. 4



Мал. 5

Такім чынам, плакат з'яўляецца самастойным тыпам тэксту і ўяўляе сабой адзінства вербальнага і невербальнага кампанентаў у межах масавай камунікацыі. Плакатны тэкст рэалізуе ў комплексе такія тэкставыя катэгорыі, як цэласнасць, звязнасць, тэмпаральнасць, мадальнасць, эматыўнасць і нацыянальна-культурная своеасаблівасць.

Кампазіцыя плаката, яго вербальныя і выяўленчыя складнікі, іх размяшчэнне выбіраюцца аўтарамі адпаведна для кожнай канкрэтнай мэты

і для канкрэтнага твора. Вербальныя і візуальныя сродкі рэалізуюцца ў плакаце на граматычным, лексічным і графічным узроўнях для актуалізацыі агульнай стратэгіі ўздзеяння на масавага адрасата (гледача).

Даследаванне выканана пры фінансавай падтрымцы БРФФД у рамках навуковага праекта «Медыялінгвістыка ў Беларусі: умовы фарміравання, асаблівасці развіцця і сучасны стан» (дамова з БРФФД № Г18-062 ад 30.05.2018 г.).

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М. : Наука, 1981. 139 с.