

## КРЕОЛИЗОВАННЫЕ ТЕКСТЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

САРБАСОВА А.Е. 

**Сарбасова Айгул Елтаевна** - кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранной филологии и переводческого дела, Актюбинский региональный университетим. К.Жубанова, г.Актобе, Казахстан  
E-mail:[aigul\\_sarbassova@mail.ru](mailto:aigul_sarbassova@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0002-1226-0032>

**Аннотация.** Данная статья посвящена исследованию креолизованных текстов как одному из широко применяемых во многих сферах человеческой деятельности. Креолизованные тексты представляют собой единое целое вербальных и невербальных компонентов текста и подразделяются на тексты с частичной, полной и нулевой креолизацией. Следует отметить, что в качестве невербальных средств могут выступать, так называемые иконические средства, к которым относятся различные картинки и изображения. Невербальными средствами могут выступать также громкость, интонация, шрифт, цвет. В статье приведены примеры применения креолизованных текстов в разных сферах, таких как реклама, обучение, торжественные случаи и др. Некоторые примеры креолизованных текстов с изменениями шрифта в рекламных объявлениях нацелены на привлечение внимания читателей. В качестве практического применения креолизованных текстов в статью включены результаты принимавших участие в интервью студентов, о восприятии креолизованных текстов в виде поздравительной открытки и словесного поздравления. В результате интервью можно сделать вывод об эффективности восприятия визуальных средств в первую очередь, о чем свидетельствуют приведенные данные в процентном соотношении об усвоении визуальной информации.

**Ключевые слова:** креолизованный текст, вербальная часть, невербальная часть, иконические средства, изображения, рисунки, креолизация.

### Введение

Как известно, тексты оставляют большинство информации, что мы слышим, читаем, слушаем, видим и делимся. Тексты могут быть разных видов, типов, форм, стилей и объемов, также и по наполняемости. Наполняемость, в данном случае лексическая, тоже может быть разной. Описываемая в данной статье разновидность текста, возможно и , заключается в темпе жизни в глобальном скоротечном времени, так как восприятие сообщения, передаваемого текстом, может быть различным, как труднодоступным для некоторых читателей или же, наоборот, легкодоступным для иных. Сам термин «текст» понимается нами как целостное сверхфразовое единство, характеризуемого общностью идейно-тематического содержания или общностью темы и интенций автора [1,14]. Данное определение можно рассматривать как универсальное для всех видов текста. Для достижения цели своего исследования автор подразделяет тексты по функциональному стилю на две большие группы: разговорный и книжный. Книжный стиль, в свою очередь, делится на: научный, научно-популярный, газетно-публицистический и официально-деловой. Каждый из четырех представленных по своей специфике делится еще на разновидности текстов. Среди обширного многообразия текстов, таких как художественные и научные, аутентичные и тематические тексты, рекламные и медиатексты, цифровые тексты, большую популярность и широкое применение в наши дни получают креолизованные тексты. Имеются исследования креолизованных текстов в сфере рекламы, в сфере образования, также в дискурсе, в частности в политическом дискурсе на примере карикатур. Цель статьи – предоставить информацию о новом типе текста под названием креолизованные, которые в большинстве случаев состоят из 2 частей: вербальной и невербальной и, используются с целью экономии времени. Несмотря на то, что исследование текстов и типов текстов вызывает интерес многочисленных исследователей, данный вид текста изучен неосновательно, так как в лингвистике не имеется точной и полностью раскрывающей

Әлеуметтік-гуманитарлық ғылымдар-Социально-гуманитарные науки- Social and humanities sciences  
суть креолизованных текстов дефиниции, так же, как и видах креолизованных текстов. В статье приведены примеры креолизованных текстов и подведены итоги проведенного опроса по теме исследования.

### **Материалы и методы исследования**

Термин креолизованных текстов, был введен в конце XX столетия российскими учеными Ю.А. Сорокиным и Е.Ф. Тарасовым в 1990 г., понимая под ним «тексты, которые в своем составе имеют две негомогенные части – вербальную (речевую) и невербальную (та, которая принадлежит другим системам, чем естественный язык)» [2, 182], это предполагает наличие двух составляющих в тексте. Ясно, что вербальная часть представлена словами, фразами или предложениями. Что же может включать невербальная составляющая текста.

В коллективной монографии «Креолизованный текст:Смысловое восприятие» авторы В.Вашунина, А.А.Нистратов, Е.Ф.Тарасов, М.О.Матвеев дают подробное определение «Креолизованный текст - это знаковое образование- текст, состоящий из вербальной и невербальной (изображение) частей: речевой цепи и изображения предмета, описанного в этой речевой цепи. В креолизованном текстесодержание отображено языковыми знаками в письменной форме и неязыковыми знаками в виде изображений предметов. Креолизованный тексткак и любой текст – это совокупность речевых действий, при помощи которых сотрудничающие друг с другом коммуниканты управляют поведением своего партнера для

- 1) организации общения, которое они развертывают с целью
- 2)организации совместной деятельности» [3,10].

Иконические символы или знаки (греч. eikos «образ»)означают изображение, рисунок или метка, которые могут быть частью текста, в данном случае, креолизованного. В современных текстах лингвистики, особенно в текстах рекламы, СМИ и в обучающих текстах мы можем видеть гармоничное сочетание словесного текста и различных изображений. И этот новый тип текста назван креолизованным, а сам процесс креолизацией.

Казахстанские ученые А.А.Жумагул, Х.А.Ордабекова в своих научных работах рассматривают карикатуру как одну из форм выражения сути политического дискурса. В частности, они отмечают, что политический дискурс является разновидностью вербального текста в устной форме, и не исключают возможность, существования креолизованных текстов в форме карикатуры. Основывая свои доводы и суждения на исследованиях ученого Е.Е. Анисимова о природе креолизованных текстов, авторы останавливается на мнении, что и карикатура является особым жанром креолизованного текста, представленного в слиянии воедино вербальных и невербальных характеристик для манипуляции и навязывания своего мнения и суждений на читателей. Так же разновидностями креолизованных текстов ученые называют рекламные тексты, плакаты, комиксы, кинотексты, тексты пропагандирования общественности. Ученые выделяют несколько типов креолизации текстов: тексты без креолизации, тексты с частичной креолизацией, тексты с полной креолизацией[4,31]. Анализируя примеры текста и дискурса, авторы останавливаются на некоторых категориях, присущих карикатуре, как одной из видов креолизованных текстов. Выделяя такие категории как информативность, собирательность, модальность, адресность, дискретность. Так как карикатура является разновидностью креолизованных текстов и эти категории имеются в коннотативно-содержательной основе текстов, некоторые изперечисленных выше категорий присущи и имеют местопри рассмотрении анализа креолизованных текстов.

Каково же соотношение составляющих частей креолизации: вербальной и невербальной. Е. Е. Анисимова подразделяет креолизованные тексты на «тексты с частичной и тексты с полной креолизацией» [5,71]. Частично креолизованные тексты имеют одинаковый уровеньсоотношениясоставляющихкомпонентов в равной степени, словесная часть самостоятельна и изобразительные элементы текста как бы дополняют, т. е. могут быть изъяты

Әлеуметтік-гуманитарлық ғылымдар-Социально-гуманитарные науки- Social and humanities sciences  
без существенного ущерба для понимания смысла языкового сообщения. Для наглядности приведем примеры креолизованных текстов из сферы рекламы, имеет равноправное соотношение вербальных средств и картинки друг к другу, означающее «Воспользуйся 50% скидки на женскую одежду в Интернет магазине!».

Полностью креолизованные тексты имеют подчинённое отношение между вербальными и невербальными компонентами. В данном случае, словесный текст находится в полной зависимости от иконических средств и само изображение выступает в качестве основного и необходимого элемента текста, без которого невозможно понять смысл. Примером полной креолизации могут быть слова великого А.Эйнштейна “Everything should be made as simple as possible, but not simpler”. Действительно без портрета самого ученого, эта фраза непонятна и трудновоспринимаема. Без крылатого выражения восприятие и понимание картины невозможно. Посмотрев на изображение ученого и прочитав выражение, мы можем понять, что все трудности и препятствия в жизни нужно воспринимать проще.

В некоторых случаях, по мнению ученых, креолизации может считаться нулевой. Полностью вербальные средства «Не знаешь, что написать девушке? Напиши ей курсовую.», без единого изображения, но на фоне одного темного цвета, можно расшифровать как реклама по написанию курсовых «Оплати написание курсовой для девушки». Немаловажным в данном тексте является цвет текста и фона; можно сказать белым на черном, для специального эффекта.

В качестве иконического составляющего креолизованного текста могут выступать динамические характеристики, такие как громкость, тембр голоса, интонация, также и шрифт может выступать в качестве иконических средств выражения содержательной стороны текста. Разновидности оформления креолизованных текстов в рекламе можно наблюдать в следующих примерах с изменением шрифта:

НеобыЧАЙные рецепты (реклама чая «Лисма»);

Ниссанмневайтесь (реклама автомобилей «Ниссан»);

такси ВЕЗИТ (реклама службы такси) и др.

В средствах массовой информации ошибочные написания чаще всего используются в заголовочных комплексах. Искусственные ошибки придают орфографически-деформированным лексемам дополнительные смысловые оттенки и служат средством экономии речевых средств:

*КРЕМинал от морщин* (реклама крема).

В художественных и рекламных текстах нередко используется прием подачи лексемы в виде ребуса. Например: *A5Шопен не ищет выгод* (Опять Шопен не ищет выгод);

*ПосмОЗна наши цены* (реклама сети аптек «ОЗ») [6].

Из изученных выше аспектов и примеров, можно судить о разностороннем использовании креолизованных текстов в большинстве случаев в сфере рекламы. Креолизованные тексты притягивают внимание многих ученых для дальнейшего и тщательного исследования. Чтобы показать вовлеченность в процесс изучения креолизованных текстов, полагаю будет интересно провести небольшой эксперимент в форме опроса.

### **Результаты и их обсуждения**

В качестве практической части исследования студентам было предложено ответить на вопрос: в какой форме они бы хотели получить поздравление ко дню рождения. (1 или 2 варианты поздравления).

1 вариант поздравления



#### 2 вариант поздравления

С днем рождения!  
Люби, улыбок и цветов,  
Прекрасных ярких дней!  
И самых добрых, нежных слов  
От близких и друзей!

Из опрошенных 10 студентов выбрали первый вариант, в котором элемент креолизованного текста представлен в виде изображения красивого букета роз и вербального пожелания ко дню рождения. Свой выбор студенты обосновали красочностью, положительными эмоциями и эстетичным образом.

Существует точка зрения ученых на восприятие содержания креолизованных текстов в разных ракурсах. Для разъяснения вышеуказанного, думаем целесообразным отметить, что М.Б. Ворошилова выдвинула свой тезис по поводу целесообразности использования креолизованных текстов: «Информация, содержащаяся непосредственно в текстовом сообщении, усваивается лишь на 7%, голосовые характеристики способствуют усвоению 38% информации, тогда как наличие визуального образа заметно повышает восприятие – до 55%. При этом важно отметить, что если вербально представленная информация влияет на сознание индивида рациональным путем, то использование различных паралингвистических средств автоматически переводит восприятие на подсознательный уровень» [7,109]. Процесс восприятия таких креолизованных текстов должен быть заложенным в интересной и привлекательной форме с помощью изображения и словесного текста [8,91].

#### **Заключение**

Из исследования сферы деятельности креолизованных текстов следует сделать вывод о многообразии и широкой сфере применения креолизации. Практически все сферы жизнедеятельности человека могут быть подвержены явлению креолизации, и в обучении, и в рекламе, и в художественных текстах, также как и в сфере искусства, так как многие песни подвержены драматизации. В современном мире, перенасыщенном информацией, человечество сталкивается с большим потоком и количеством информации и из-за нехватки времени, избегая чтения длинных словесных текстов, и хорошего восприятия и сохранения в памяти визуальных изображений, прибегает к преимуществам и эффективному применению и восприятию иллюстрированных текстов, так называемых креолизованных текстов. В свете развития и глобализации всех основных процессов в жизнедеятельности человечества, лингвистическая наука, и вместе с ним, наука о текстах не стоит на месте, старые явления отживают свой век, новые приходят на смену им. Из проведенного эксперимента, мы можем судить о том, что люди

Элеуметтік-гуманитарлық ғылымдар-Социально-гуманитарные науки- Social and humanities sciences  
выбирают вместо просто слов, креолизованный текст, к примеру в поздравлениях. И это, несомненно, указывает на преимущества креолизации в жизнедеятельности человека, и вместе с тем, на успешное использование языковых единиц для достижения цели коммуникации.

### Список литературы:

1. Солодуб, Ю.П., Альбрехт Ф.Б., Кузнецов А.Ю. Теория и практика художественного перевода: учеб. пособие для студ. лингв.фак. высш.учеб. заведений / Ю.П.Солодуб, Ф.Б. Альбрехт, Кузнецов А.Ю. – М.: Academia, 2005. – 304 с.
2. Сорокин, Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция /Ю.А.Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Высшая школа, 990. – С.180–186.
3. Вашунина, И.В., Нистратов А.А., Тарасов Е.Ф., Матвеев М.О. Креолизованный текст: Смысловое восприятие. Коллективная монография: *Отв.ред.*Вашунина И.В. - М.: Институт языкознания РАН, 2020. – 206 с.
4. Жумагул, А.А., Ордабекова Х.А. Карикатура - саяси дискурстың бір жанры ретінде- Suleyman University Bulletin, 2017. - С.31-36.
5. Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) [Текст]: учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. / Е. Е. Анисимова. – М.: Academia, 2003. – 128 с.
6. Тумакова, Е. В. Креолизованный текст в художественном и медийном дискурсе - Мир русского слова, 2, 2016
7. Ворошилова, М.Б. Креолизованный текст: кинотекст // Политическая лингвистика, 2007. №2 (22). С.106 -110
8. Сарбасова, А.Е., Польшгалова В.С., Туматаева Ж.Э. Креолизованные тексты в рекламе //Методология обучения иностранным языкам и прикладная лингвистика: постпандемическая трансформация через новые подходы/ международная научно-практическая конференция. – Актөбе, 2022. – С.116-120

### References

1. Solodub, YU.P., Al'brekht F.B., Kuznecov A.YU. Teoriya i praktika hudozhestvennogo perevoda: ucheb. posobie dlya stud. lingv.fak. vyssh.ucheb. zavedenij / YU.P.Solodub, F.B. Al'brekht, Kuznecov A.YU. – М.: Academia, 2005. – 304 s.
2. Sorokin, YU.A. Kreolizovannyye teksty i ih kommunikativnaya funkciya /YU.A.Sorokin, E.F. Tarasov // Optimizaciya rechevogo vozdejstviya. – М.: Vysshaya shkola, 990. – S.180–186.
3. Vashunina, I.V., Nistratov A.A., Tarasov E.F., Matveev M.O. Kreolizovannyj tekst: Smyslovoe vospriyatie. Kollektivnaya monografiya: *Otv.red.*Vashunina I.V. - М.: Institut yazykoznanija RAN, 2020. – 206 s.
4. ZHumagul, A.A., Ordabekova H.A. Karikatura - sayasi diskurstyң bir zhanry retinde - Suleyman University Bulletin, 2017. - S.31-36.
5. Anisimova, E.E. Lingvistika teksta i mezhkul'turnaya kommunikaciya (na materiale kreolizovannyh tekstov) [Tekst]: ucheb. posobie dlya stud. fak. inostr. yaz. vuzov. / E. E. Anisimova. – М.: Academia, 2003. – 128 s.
6. Tumakova, E. V. Kreolizovannyj tekst v hudozhestvennom i medijnom diskurse - Mir russkogo slova, 2, 2016
7. Voroshilova, M.B. Kreolizovannyj tekst: kinotekst // Politicheskaya lingvistika, 2007. №2 (22). S.106 -110
8. Sarbasova, A.E., Polygalova V.S., Tumataeva ZH.E. Kreolizovannyye teksty v reklame //Metodologiya obucheniya inostrannym yazykam i prikladnaya lingvistika: postpandemicheskaya transformaciya cherez novye podhody/ mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferenciya. – Aktobe, 2022. – S.116-120

**САРБАСОВА А.Е.** 

**Сарбасова Айгул Елтаевна** - филология ғылымдарының кандидаты, шетел филологиясы және аударма ісі кафедрасының доценті, Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті, Ақтөбе қ., Қазақстан  
**E-mail:** [aigul\\_sarbassova@mail.ru](mailto:aigul_sarbassova@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0002-1226-0032>

**Аңдатпа.** Бұл мақала креолданған мәтіндер тақырыбы қарастырылған. Қазіргі кезде креолданған мәтіндер кенінен таралған және адам қызметінің көптеген салаларында кеңінен қолданылатындардың бірі. Креолданған мәтіндер мәтіннің вербалды және вербальды емес компоненттерінің біртұтас бөлігі болып табылады. Олардың бірнеше топтамалары бар, олар ішінара, толық және нөлдік креолизациясы бар мәтіндерге бөлінеді. Және де соған қоса айту керек жайт, креолданған мәтіндердегі бейвербалды құралдар ретінде әр түрлі суреттер мен кескіндер бола алады. Вербалды емес құралдар қатарында дыбыс, интонация, қаріп және түс секілді көрсеткіштерде болуы мүмкін. Мақалада жарнама, оқыту, салтанатты жағдайлар және т.б. сияқты әртүрлі салаларда креолданған мәтіндердің қолдану мысалдары келтірілген. Жарнамалардағы қаріп өзгерістері бар креолданған мәтіндердің кейбір мысалдары оқырмандардың назарын аударуға бағытталған. Креолданған мәтіндерді практикалық қолдану ретінде көрсету үшін мақалада сұхбатқа қатысқан студенттердің құттықтау хатпен ауызша құттықтау түріндегі креолданған мәтіндерді қабылдау нәтижелері берілген. Сұхбат нәтижесінде барлық студенттер құттықтау хатпен құттықтауды таңдаған, сонымен визуалды құралдарды қабылдаудың тиімділігі туралы қорытынды жасауға болады. Мақалада бұл нәтиже визуалды ақпаратты қабылдау пайызындағы мәліметтермен де дәлелденеді.

**Түйін сөздер:** креолданған мәтін, вербалды бөлігі, вербальды емес бөлігі, иконикалық құралдар, суреттер, қаріп, креолизация.

## **CREOLIZED TEXTS IN MODERN LINGUISTICS**

**SARBASSOVA A.E.** 

**Sarbassova Aigul Yeltayevna** - candidate of philological sciences, docent of the department of foreign philology and translation, Aktobe Regional University named after K.Zhubanov, Aktobe, Kazakhstan  
**E-mail:** [aigul\\_sarbassova@mail.ru](mailto:aigul_sarbassova@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0002-1226-0032>

**Abstract.** This article is devoted to the study of creolized texts as one of the widely used in many spheres of human activity. Creolized texts are a unity of verbal and non-verbal components of the text and are divided into texts with partial, full and zero creolization. It should be noted that non-verbal media can be the so-called iconic media, which include various pictures and images. Non-verbal means can also be loudness, intonation, font, colour. This article contains examples of the application of creolized texts in different spheres, like advertising, education, celebrations, etc. Some examples of creolized texts with font changes in advertisements are aimed at attracting readers' attention. As a practical application of creolized texts, the article includes the results of the students who were interviewed about the perception of creolized texts in the form of a greeting card and a verbal greeting. As a result of the interview we can conclude about the effectiveness of the perception of visual media primarily, as evidenced by the data given in the percentage of the adoption of visual information.

**Key words:** creolized text, verbal parts, non-verbal parts, iconic means, pictures, images, creolization.