

МІНІТЕКСТ АНГЛОМОВНОГО ПЛАКАТА ПЕРІОДУ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІЙНИ У США (1861–1865 рр.)

Чорнобай Ю.В.,

Київський університет імені Бориса Грінченка,
вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2, м. Київ, 04053

yuliiachornobai@gmail.com

ORCID iD 0000-0002-8264-0735

Стаття присвячена виявленню семантичних, лексичних та прагматичних складових мінітексту англомовного плаката періоду Громадянської війни у США (1861–1865 рр.). Подано можливу типологію плакатів періоду Громадянської війни у США, визначені їх характерні риси та паралінгвістичні засоби.

Ключові слова: мінітекст, плакат, мінітекст англомовного плаката, громадянська війна.

Чорнобай Ю.В.

Минитекст англоязычного плаката периода Гражданской войны в США (1861–1865 гг.)

Статья посвящена выявлению семантических, лексических, а также прагматических составляющих минитекста англоязычного плаката периода Гражданской войны в США (1861–1865 гг.). Подана возможная типология плакатов периода Гражданской войны в США, определены характерные черты данных плакатов и их паралингвистические средства выражения.

Ключевые слова: минитекст, плакат, минитекст англоязычного плаката, гражданская война.

Yu. Chornobai

English poster as a minitext in a period of the American Civil War (1861–1865)

In spite of the fact that researchers pay much attention to the semantic side of minitext, still there is no established understanding of many of its semantic, lexical and pragmatic components. This article reveals the purpose of the military poster as a minitext, its communicative and pragmatic orientation, as well as possible definition of poster and typology for verbal and non-verbal components. Additionally, the findings indicate the characteristic features of poster: accuracy, shortness (maximum size of 2,000 characters and minimum, one sentence), completeness, visual and verbal components, specific punctuation and vocabulary. An important structural element of the poster is paralinguistic means (mainly, spatial placement of the verbal and visual components, and the font and style choosing). The verbal and non-verbal combination carries emotionality and effectiveness in the information transmitting, as well as motivates readers to react according to the poster's content. The article suggests that poster as a type of a minitext is an effective visual channel of communication as it possesses a considerable number of paralinguistic expressive means.

The article demonstrates that Posters of American Civil War (1861–1865) can be divided into presidential elections, raising for war, recruiting soldier into the army, the enemy demonstration to the country and the world. Posters carry informative or humorous intention and are full of different linguostylistic and paralinguistic expressive means. Additionally, the article reveals the characteristic peculiarities of posters of South and North and gives some examples of verbal and non-verbal component domination in posters. It describes specific peculiarities of using of certain phrase combinations, colours, specific punctuation, capitalization, different style and font to increase the effect of the poster content on readers.

Key words: minitext, poster, minitext of English poster, civil war.

Вступ. Незважаючи на пильну увагу дослідників до смислової сторони мінітексту, поки не існує усталеного розуміння багатьох його семантичних, лексичних і прагматичних складових.

Актуальністю даного дослідження є лінгвістичне вивчення плакатного мінітексту, що визначається тенденціями розвитку сучасної лінгвістики, яка

приділяє велику увагу процесам мовленнєвого впливу. Для лексичної, семантичної та прагматичної орієнтації плакатного мінітексту існує необхідність розгляду різноманіття мовних засобів з подальшим визначенням потенціалу комунікативних стратегій та впливу на масового адресата.

Мета статті — виявлення сутності семантичного,

лексичного і прагматичного потенціалу мінітексту з точки зору його складових, їхньої взаємодії та встановлення факторів, що забезпечують стабільність при можливості інтерпретацій тексту.

Критичний огляд літератури, концептуальних рамок, гіпотез тощо. Межі літературних жанрів здаються розмитими, і це особливо відображається у мінітекстах. Вираз «*texts that could be read without turning the page*» [7, 11–17] (прочитати текст без перегортання сторінки) є дуже влучним для осягання мінітекстів плакатів, які за своєю структурою зобов'язують прочитати текст саме без перегортання сторінки, що не порушує концентрацію читача. Мета плаката — змусити людей здійснити будь-яку дію. Заклик до дії через використання мінітекстів повинен розумітися з першого погляду. Плакатні мінітексти, перш за все, звертаються до аудиторії, щоб переконати та мобілізувати її. Окремі прийоми працюють на те, щоб привернути увагу, описати дійсність у зрозумілих для аудиторії термінах, образах, символах, описати ситуацію, створити образ і переконати аудиторію в правильності вирішення всіх проблем.

Під мінітекстом англомовних плакатів періоду Громадянської війни в США (1861–1865 рр.) розуміється тип художнього твору, який в єдності специфічних особливостей його форми та змісту належить до сфери малого літературного жанру, основними рисами якого є узагальнене уявлення лаконічної форми, присутність традиційних національних образів і мотивів, наявність алегоричного і прихованого смислу, жартівливе або сатиричне забарвлення, несподівана дотепна кінцівка. Мінітексти англомовних плакатів як матеріал для дослідження мають певні переваги. З одного боку, малий обсяг мінітексту дає можливість вивчити значний корпус текстів, що дозволяє вважати отримані результати достовірними і виявити певні закономірності. З іншого боку, отримані результати можуть бути перенесені на будь-який текст з такими ж характеристиками.

Методологія дослідження. Кожен мінітекст Громадянської війни в США (1861–1865 рр.) представлений різними варіантами плакатів — вербальними, невербальними, змішаними з переважанням тексту, змішаними з переважанням зображення. Для аналізу вербального та невербального компонентів був запроваджений психолінгвістичний метод аналізу; вербального — лексико-семантичний.

Результати дослідження та обговорення. В історії США відносини між північними і південними штатами залежали як від природних та кліматичних умов, так і від менталітету жителів цих штатів. У першій половині XIX ст. північні та південні штати мали своїх президентів, і навіть при співіснуванні в єдиній державі все одно Північ та Південь конфліктували заради

прагнення розширити свої інтереси. Комунікативні зв'язки в країні мали свою специфіку, а плакати мали значний вплив і для багатьох людей були єдиним джерелом інформації.

Плакати періоду Громадянської війни в США поділяються на кілька категорій: президентські перегони; збір грошей на війну; рекрутування солдатів в армію; демонстрація своїй країні і світу світові особи ворога. Такі плакати виконували важливі функції — інформували і створювали чіткий негативний образ ворога у населення. Більшість військових плакатів цього періоду сприяла збору коштів, пожертвувань пораненим, а також допомозі військам. Емоційність деяких плакатів того часу вражає і сьогодні.

Мінітексти англомовних плакатів періоду Громадянської війни в США мають лаконічну інформативну і чітку спрямованість, послідовність, змістову завершеність, в синтаксичному аспекті правильні щодо граматики і пунктуації, а також мають наступні риси: *точність* — довіра до тексту (*Blessings of Victory* — Благословення Перемоги); *стислість* — а) небагатослівність (*Lincoln-cat* — Лінкольн-кіт); б) рідко вживаються визначення (модифікатори): *final outcome*, *completely finished*; в) не вживаються повтори синонімів: *each and every*; г) надмірна емоційність: *perfectly* або *completely*; д) відсутні лайливі висловлювання, елементи повторення, пихатої мови, жаргону; *інформативність* — отримання інформації для подальшого використання (*Recruiting Received* — Прийом на роботу); *чіткість* — чітка, проста, лаконічна форма мінітексту (*New York volunteers. Re-organizing!* — Нью-йоркські добровольці. Реорганізація!); *візуальний ряд* — використання малюнків, схем, карт; *цільова аудиторія* — спрямованість до інтересів і специфіки сприйняття їх аудиторією (*The Black Conscription* — Чорний призов); *інтерес* — здатність привернути увагу (*Indiana snake killers* — Вбивці змії Індіани); *послідовність і завершеність* — чітка спрямованість інформації (*The Flag of Our Union Forever and Ever* — Прапор Нашого Союзу Назавжди і Вічно); *пунктуація і граматики* мають ключові характеристики для мінітекстів англомовних плакатів; *контекст* — визначає навколишнє середовище або обставини логіко-мовного висловлювання мінітексту — (*Dixie Land* — Земля Діксі).

Лінгвопрагматична спрямованість мінітексту плаката представляє особливий інтерес для вирішення проблеми комунікативної ефективності. За визначеннями Л.В. Горішної, «будь-який текст — це одиниця комунікації, що завжди має певну мету, тобто несе прагматичне навантаження, за відсутності якого ця одиниця втрачає властивості та статус комунікативної» [1, 245–251]. У свою чергу І.Л. Сетраков зазначає, що прагматична сторона повідомлення в плакатах через мінітекст полягає в тому, що їх можна уявити як непрямий

мовний акт з реалізацією двох намірів — прямого та непрямого. Пряма ілюстрація представлена п'ятьма видами — репрезентативом, директивом, декларацією, комісивом і експресивом. Непряма ілюстрація — директивом [3].

Мінітексти англomовних плакатів Громадянської війни є важливим елементом комунікативно-прагматичної спрямованості не тільки для передачі інформації, також в них зберігаються естетичні та соціальні компоненти. Так, плакати Півдня та Півночі США змінювалися за своїми

формами відповідно до політичних та естетичних настроїв суспільства та з впровадженням нових засобів комунікації, що відображали соціальні зміни. У країні плакати північних та південних штатів мали свою специфіку: північні плакати були менш емоційними і не висміювали уклад південних штатів, а ставили проблему — розпад Союзу штатів як занепад для всієї нації. Так плакат «Поділ національної карти» 1860 року було надруковано в штаті Огайо вже після обрання А. Лінкольна президентом (рис. 1).

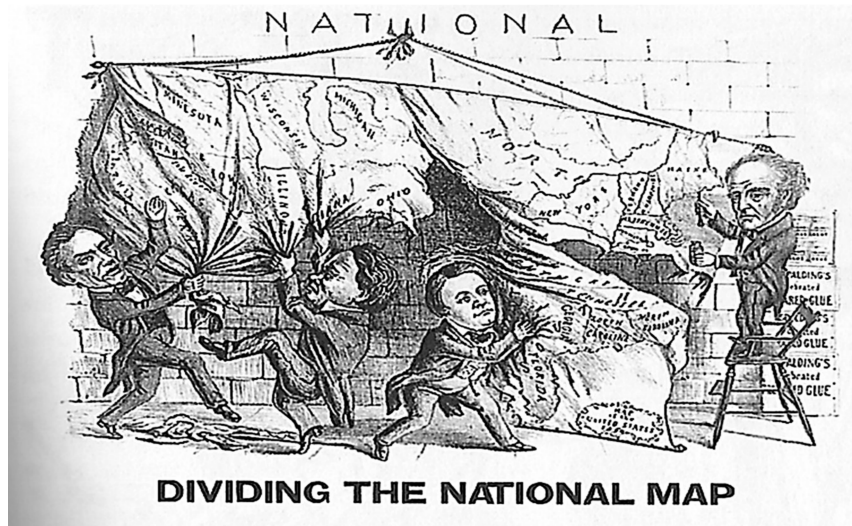


Рис. 1. Плакат «Поділ національної карти» (Dividing the national map)

На плакаті зображено всіх чотирьох кандидатів на пост президента (Авраама Лінкольна, Стівена Дугласа, Джона С. Брекенриджа і Джона Белла), які борються за високі політичні посади в країні. Мінітексти на плакаті можна розглядати як складні креолізовані утворення (*Dividing the national map*, *NATIONAL* та тексти з назвами штатів на мапі), тобто тексти, у яких ефект впливу досягається через подієвий, хронотопічний, прецедентний, інтертекстуальний контекст та зображення. Слушною є думка М.С. Каган, яка розглядає плакат з точки зору філософії культури і визначає мову плаката як семіотичну систему культури «перехідну зону від повсякденності до практичного життя людини», що обумовлює естетичну значимість образного рішення плаката у формуванні інформаційно-естетичного вигляду навколишнього середовища [2, 287].

У плакатах мінітекстів Громадянської війни в США спостерігається моделювання категорії національно-культурної своєрідності через тактику моделювання національного стереотипу або спекуляції цінностями. Облігації Liberty Bonds продавалися в США під час громадянської війни, і їхнє придбання було патріотичним обов'язком (рис. 2).

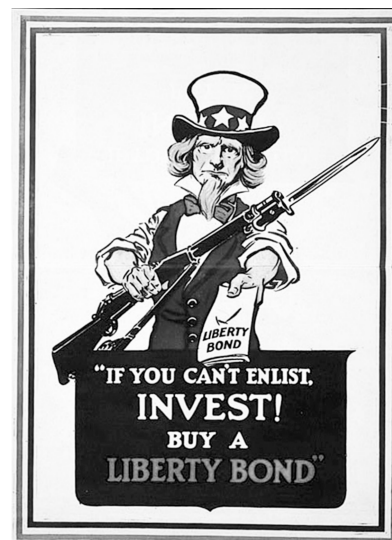


Рис. 2. Дядько Сем пропонує інвестувати в облігації Свободи

Варто відзначити присутність у плакатах цього періоду фантомних лексем, що відносяться до семантичного поля «свобода» (*LIBERTY BOND*) і вживаються для здійснення впливу на масову свідомість жителів Півдня та Півночі (*If you*

can't enlist, INVEST! LIBERTY BOND — Якщо ви не можете завербуватися, інвестуйте! Облігація Свободи). Значну роль у передачі національно-культурної своєрідності відіграють стереотипізовані національні герої, наприклад, дядько Сем. Реалізуючи установку на психологічний вплив, утримання форми входить в семантичну структуру мінітексту і сприяє реалізації комунікативної задачі даного тексту в плакаті.

Семантичний потенціал мінітексту англomовних плакатів періоду Громадянської війни в США розглядається як єдність смислового ядра та імпліцитної периферії, що виникає внаслідок творчого характеру інтерпретації (наприклад, які аспекти змісту варто підкреслити, які смисли найбільш важливі тощо). Основа семантичного потенціалу як сукупність центральних і периферичних ключових слів мінітексту допускає певну варіативність: ключові слова є потенційними величинами можливого ступеня їхнього смислового акценту, які володіють значним коефіцієнтом виразності: чим вище коефіцієнт виразності ключового слова, тим значніша така виразність для інтерпретатора.

Наприклад, якщо перевірити смислові портрети плакатів *"The Flag of Our Union Forever and Ever"* (Прапор Нашого Союзу Назавжди і Вічно); *"Patriots Your Country Needs You!"* (Патріоти Ваша Країна Потребує Вас!); *"Our glorious Flag Forever"* (Наш славний прапор назавжди), тоді найбільш акцентованими ключовими елементами є:

1) *The Flag of Our Union Forever and Ever* — "Flag" — "Forever" — "Ever" — "Union" — "Our";

2) *Patriots Your Country Needs You!* — "Patriots" — "Needs" — "You" — "Country";

3) *Our glorious Flag Forever* — "Flag" — "Forever" — "Our" — "glorious".

Елементи розташовані в порядку спадання — від найбільш до найменш акцентованого. На підставі ступеня акцентованості ключових слів кожного з смислових портретів можна зробити висновок, що для:

1) *"The Flag of Our Union Forever and Ever"* (Прапор Нашого Союзу Назавжди і Вічно) — прапор є одним з державних символів США та потужним елементом організації людей;

2) *"Patriots Your Country Needs You!"* (Патріоти Ваша Країна Потребує Вас!) — патріотизм є моральним і політичним принципом, соціальним почуттям, змістом якого є любов до Батьківщини і бажання підтримати її своєю участю у війні;

3) *"Our glorious Flag Forever"* (Наш славний прапор назавжди) — прапор як державна реліквія США, офіційний символ свободи і союзу.

У той же час всі мінітексти мають ідентичний зміст та загальну смислову атмосферу у вигляді імпліцитно або експліцитно вираженої моралі плаката, яка забарвлена в кожному випадку в особисте

сприйняття інтерпретаторів. Отже, ключові слова належать як інваріативній (конфігурація смислового портрета), так і варіативній сфері, що забезпечує можливість виразності інтерпретацій завдяки різним комбінаціям ступенів змістовного акценту елементів смислового портрета мінітексту.

Важливим структурним елементом мінітексту плакатів є паралінгвістичні засоби. Так, при виборі паралінгвістичних засобів для мінітекстів істотну роль грає просторове розміщення основного тексту і шрифт для привернення уваги та легкого читання. Прагнення автора додати неповторність оформленню даної структурно-семантичної ланки простежується не тільки в способі компонування тексту, але і в оформленні самого тексту. Виконання паралінгвістичними засобами функцій як комунікативного, так і психологічного плану свідчить про соціальну значущість паралінгвістичних засобів для мінітекстів в плакатах у вигляді спілкування. Повідомлення мінітексту плаката складається з двох частин — лінгвістичної та екстралінгвістичної. В обох частинах присутні компоненти ітерації, тобто знаки, що здатні викликати за допомогою смислів позитивне або негативне ставлення одержувача повідомлення до об'єкту цього плаката. Поряд з подібними знаками виділяються екстралінгвістичні образи, що базуються на архетипах, символах і екстралінгвістичних жестах. Ці образи здатні впливати на підсвідомість одержувача.

Мистецтво англomовних плакатів Громадянської війни в США (1861–1865 рр.) за своєю суттю тяжіють до абстрагування різних предметів або явищ, до знакової системи передачі інформації. Таке абстрагування допомагає аналізувати чуттєве сприймання предмета чи явищ та виявити властивості, сторони, ознаки, відносини, що становлять саму сутність предмета або явища. Спілкування людей можна розглядати як діалог культур, уміння адекватно сприймати і розуміти позицію партнера, його емоційний стан, декодувати національно-культурні особливості поведінки. Істотну роль в реалізації цих комунікативних умінь відіграє невербальне спілкування.

Невербальні компоненти в мінітексті плаката також мають значення для дискурсивного і експресивного потенціалу, можливості економії вербальних засобів й експериментаторства в тексті. Можливості графічного оформлення мінітекстів у військово-політичних плакатах Громадянської війни в США формують як загальну текстову експресію (стосовно всього тексту), так і приватну (стосовно до його фрагментів). Використання в англomовних плакатах невербальних компонентів істотним чином полегшує для читача завдання відтворення в уяві предметів і персонажів, особливо в тих випадках, коли описується щось незвичайне або неіснуюче в реальності. В англomовних плакатах в інформації мінітекстів невер-

бальними компонентами виділяються найбільш важливі фрагменти, що дає можливість аудиторії відчувати себе співавтором і активно брати участь в інтерпретації плакатних текстів. У цілому необхідно зазначити, що невербальні компоненти текстової інформації в плакатах Громадянської війни в США можуть розглядатися тільки у зв'язку з вербальними компонентами. Такий симбіоз дозволяє ефективно реалізувати свої значення і зробити текст плакатів цікавим і корисним для сприйняття.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Для мінітекстів англomовних плакатів Громадянської війни в США характерним є виділення головного або основного акценту з загального обсягу повідомлених фактів. Такий ефект досягається за допомогою семантичного, лексичного і прагматичного прийомів, в яких вимоги логіки збігаються з принципом утворення та підпорядкування. Така форма висловлювання додає ясності мінітексту і характерного зв'язку між його вербальними і невербальними частинами. Відповідно до структурних особливостей мінітекстів плакатів відбувається поділ тексту на окремі

частини, що впливає на загальний стиль мінітексту. У кожній частині мінітексту легко можна виділити основну думку, оскільки всі частини являють собою закінчені одиниці висловлювання.

Отже, мінітекст має ієрархічну структуру, компоненти всіх рівнів якої мають смислове навантаження і відрізняються один від одного ступенем складності та значущості в контексті всієї організації тексту.

Подальші перспективи дослідження вбачаємо у проведенні дослідження реакції читача на англomовні військові плакати із застосуванням методу озвучування думки та опитування з метою виявлення особливостей їх сприйняття реципієнтами [4, 5, 6]. Також вивчення мінітексту військових плакатів Громадянської війни в США з лінгвістичної точки зору дають підстави припустити, що особливості його лексичного наповнення, синтаксичної побудови та прагматичної спрямованості вербальних й невербальних властивостей на матеріалі англійської мови можуть послужити основою для подальшого докладного вивчення цієї теми в інших мовах.

ДЖЕРЕЛА

1. Горішна Л.В. Відтворення прагматичного потенціалу тексту в перекладі / Лариса Владилєнівна Горішна. — 2013. — № 35. — С. 245–251.
2. Каган М.С. Філософія культури / Моисей Самойлович Каган. — Санкт-Петербург, 1996. — 287 с.
3. Сетраков И.Л. Итеративность в рекламе: Прагматический аспект (на материале рекламных плакатов) : автореф. дис. на соиск. науч. степ. канд. филолог. наук / Сетраков Илья Леонидович, 2010. — 157 с.
4. Чеснокова Г.В. Як виміряти враження від поезії або Вступ до емпіричних методів дослідження у мовознавстві / Ганна Вадимівна Чеснокова. — 2011. — С. 248.
5. Чеснокова Г.В. Теоретичні витoki й принципи емпіричного вивчення художнього тексту / Ганна Вадимівна Чеснокова // *Studia Philologica*. — 2012. — № 1. — С. 89–95.
6. *Directions in Empirical Literary Studies: In honor of Willie van Peer* — Amsterdam/Philadelphia, 2008. — 360 с.
7. Meyer C. *English Corpus Linguistics: An Introduction*. / Charles F. Meyer., 2004. — 168 с.

REFERENCES

1. Gorishna, L. V. (2013). *Vidtvorennia prahmatychnoho potentsialu tekstu v perekladi* [Rendering the Pragmatics of Text in Translation]. № 35, 245–251.
2. Kagan, M. S. (1996). *Filosofia kulturey* [Philosophy of Culture]. SPb., 287 p.
3. Setrakov, I. L. (2010). *Iterativnost v reklame: Pragmaticheskii aspekt (na materiale reklamnykh plakatov)* [Iteration in the Aspect of the Theory of Speech Acts (on the example of the Advertising Posters)]. 157 p.
4. Chesnokova, H. V. (2011). *Yak vymiryaty vrazhennia vid poezii abo Vstup do empirychnykh metodiv doslidzhennia u movoznavstvi* [Measuring the Impression of Poetry: Introduction to Empirical Research Methods in Linguistics]. 248 p.
5. Chesnokova, H. V. (2012). *Teoretychni vytoky i pryntsyipy empirychnoho vyvchennia khudozhniogo tekstu* [Theoretical Sources of Principals of Emperical Literary Studies]. *Studia Philologica*, № 1, 89–95.
6. *Directions in Empirical literary Studies: In honor of Willie van Peer*. (2008). 360 p.
7. Meyer, C. (2004). *English Corpus Linguistics: An Introduction*. 168 p.

Дата надходження статті до редакції: 27.03.2019.

Прийнято до друку: 23.04.2019.