

На правах рукописи



ВЕТРОВА Кристина Олеговна

**СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
ПОЛИКОДОВЫХ МАЛОФОРМАТНЫХ ТЕКСТОВ КОНФЕТНЫХ
ЭТИКЕТОВ
(НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)**

Специальность 10.02.19 – теория языка

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Пермь 2022

Работа выполнена на кафедре лингводидактики ФГАОУ ВО «Пермский
государственный национальный исследовательский университет»

Научный руководитель: **Мишланова Светлана Леонидовна**,
доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой лингводидактики ФГАОУ ВО
«Пермский государственный национальный
исследовательский университет»

Официальные
оппоненты: **Кушнерук Светлана Леонидовна**,
доктор филологических наук, доцент, профессор
кафедры теории и практики английского языка
ФГБОУ ВО «Челябинский государственный
университет»

Доценко Тамара Ивановна,
кандидат филологических наук, доцент, доцент
кафедры общего языкознания, русского и коми-
пермяцкого языков и методики преподавания языков,
ФГБОУ ВО «Пермский государственный
гуманитарно-педагогический университет»

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Уральский государственный
педагогический университет»

Защита состоится «05» июля 2022 г. в 11:00 часов на заседании
диссертационного совета Д 212.189.11 в ФГАОУ ВО «Пермский
государственный национальный исследовательский университет» по адресу:
614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, зал заседаний Ученого совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГАОУ ВО «Пермский
государственный национальный исследовательский университет» по адресу:
614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15. Электронная версия текста диссертации
доступна на сайте ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный
исследовательский университет»: <http://www.psu.ru>. Электронная версия
автореферата размещена на официальном сайте ВАК при Министерстве
образования и науки РФ: <http://vak.ed.gov.ru/vak> и на сайте ФГАОУ ВО
«Пермский государственный национальный исследовательский университет»:
<http://www.psu.ru>.

Автореферат разослан «___» _____ 2022 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
доктор филологических наук

С.В. Шустова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемая работа посвящена определению семиотических аспектов поликодовых малоформатных текстов конфетных этикетов. В исследовании рассматриваются вербально-визуальные взаимодействия компонентов поликодовых малоформатных текстов конфетных этикетов.

Актуальность определяется необходимостью решения проблемы поиска новых форм представления информации, вызванной изменением характера коммуникации в постмодернистской парадигме. В работе предложено понимание поликодового малоформатного текста конфетного этикета как вербально-визуального единства текста рекламного плаката на альтернативном носителе, выдвинута оригинальная гипотеза, согласно которой прагматический потенциал поликодового малоформатного текста конфетного этикета реализуется за счет компрессии синтаксической структуры, обеспечивающей большую информационную емкость. В ходе исследования была разработана комплексная методика анализа поликодового малоформатного текста конфетного этикета, позволяющая комплексно изучить данный тип текста на уровнях синтактики, семантики и прагматики.

Объектом исследования является поликодовый малоформатный текст конфетного этикета, представляющий вербально-визуальное единство текста рекламного плаката на альтернативном рекламном носителе.

Предметом исследования являются структурно-семантические и прагматические аспекты поликодовых малоформатных текстов конфетных этикетов.

Цель работы – определить и охарактеризовать структурно-семантические и прагматические аспекты поликодовых текстов конфетных этикетов.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие **задачи**:

- 1) определить теоретико-методологические основы изучения поликодовых рекламных текстов;
- 2) разработать комплексную методику анализа поликодового текста конфетного этикета;
- 3) применить разработанную методику анализа поликодового текста конфетного этикета к созданному корпусу;
- 4) определить модели мотивированности конфектонима;
- 5) определить типы взаимодействия вербального и визуального компонентов ПМТКЭ;
- 6) определить доминирующую функцию ПМТКЭ.

Материалом исследования послужили 500 поликодовых текстов конфетных этикетов. Источником материала послужили коллекции конфетных этикетов России, Великобритании и США из открытых интернет-источников, музеев, а также частных коллекций.

Методы исследования включают как общенаучные, так и дисциплинарные методы:

1) общенаучные методы: дедукция, анализ, синтез, моделирование, описание, сопоставление, сравнение;

2) дисциплинарные методы: компонентный анализ, семиотический анализ.

3) комплексная методика анализа поликодовых текстов конфетных этикетов, включающая создание корпуса исследовательского материала, построение матрицы структуры ПМТКЭ, моделирование вербального компонента ПМТКЭ, определение типа корреляции вербального и визуального компонентов, определение ведущей функции ПМТКЭ, сопоставительный анализ русскоязычных и англоязычных ПМТКЭ по параметрам:

а) структура вербального компонента;

б) тип корреляции между вербальным и визуальным компонентом;

с) доминирующая функция ПМТКЭ.

Теоретическую и методологическую основу настоящего исследования составляют работы по **лингвистике текста** (Ю.М. Лотман, Р. Барт, Ю. Кристева, Р. Якобсон, А.Б. Соломоник, Т.М. Николаева, З.Я. Тураева, Х. Изенберг, Л.Н. Мурзин, Л.М. Алексеева, Ю.С. Степанов, Т.М. Дридзе, Е.В. Чернявская, Г.В. Ейгер, Л. Юхт, А.-М. Ариас, Л.С. Бархударов, Н.С. Валгина, И.Р. Гальперин, И.В. Арнольд, Р. Веаугранд и др.), **лексической семантики** (Ю.Д. Апресян, В.В. Виноградов, Л.А. Новиков, М.Л. Новикова, А.И. Смирницкий, Ю.П. Солодуб, И.А. Стернин и др.), **прагматике текста** (Ч. Моррис, W. Dressler, Б.Ю. Норман), **специфике поликодовых текстов** (Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов, М.О. Матвеев, А.А. Нистратов, Д.М. Поликарпов, В.Е. Чернявская, Е.Е. Анисимова, М.В. Ворошилова, Е.В. Шустрова, Л.С. Большакова, А. Г. Сонин, Д.П. Чигаев и др.), **специфике рекламных текстов** (Р. Барт, С.Л. Кушнерук, Н.В. Цветкова, А.А. Кошелев, А.С. Брайович, Фещенко Л.Г. и др.), **лингвокультурологии** (А. Вежбицкая, В.В. Воробьёв, В.И. Карасик, Е.А. Красина, А.С. Мамонтов, Ю.С. Степанов, В.М. Шаклеин и др.).

На защиту выносятся следующие положения:

1. Поликодовый малоформатный текст конфетного этикета (ПМТКЭ) представляет собой вербально-визуальный текст рекламного плаката в пространстве конфетного этикета, представленный в единстве синтактики, семантики и прагматики.

2. Структура ПМТКЭ формируется из поликодовых элементов, вступающих в разные комбинации проксемики, актуализирующие тематические блоки – «Продукт», «Потребитель» и «Производитель».

3. Центральным элементом конфетного этикета является компрессат поликодового текста — конфектоним, который мотивирован обозначением типа продукта или производителя, что является основой для моделирования мотивированности конфектонима. Для русскоязычных ПМТКЭ в большей степени характерны конфектонимы, мотивированные обозначением продукта, в то время как в англоязычных ПМТКЭ доминируют конфектонимы, мотивированные названием производителя, а также конфектонимы, в которых происходит слияние названий продукта и производителя.

4. При образовании ПМТКЭ происходит преобразование как вербального, так и визуального компонентов. Степень совпадения семантики и

прагматического потенциала вербального и визуального компонентов обуславливает типы корреляции между ними – параллельная, поддерживающая, оппозитивная, интерпретативная и перекрестная. В русскоязычных ПМТКЭ реализуются все типы корреляции, при этом преобладают параллельный и поддерживающий типы. В англоязычных ПМТКЭ реализуются только параллельный и поддерживающий типы корреляции.

5. Прагматический потенциал ПМТКЭ реализуется в информационно-коммуникативной и просветительской функциях. Информационно-коммуникативная функция характерна как для русскоязычных, так и для англоязычных ПМТКЭ. Просветительская функция выражена в большей степени в русскоязычных ПМТКЭ, чем в англоязычных ПМТКЭ. Русскоязычные ПМТКЭ реализуют функцию культурного, педагогического и/или политического просвещения.

Научная новизна заключается во введении в научный оборот нового теоретического объекта – поликодового малоформатного текста конфетного этикета, системном подходе к исследованию феномена поликодового малоформатного текста конфетного этикета, его синтактики, семантики и прагматической функции, а также определении лингвокультурной специфики поликодового малоформатного текста конфетного этикета. В исследовании впервые разработана и применена комплексная методика анализа поликодового малоформатного текста конфетного этикета, а также осуществлено параметрическое моделирование поликодового малоформатного текста конфетного этикета. В исследовании представлены модели структуры поликодового малоформатного текста конфетного этикета, типов корреляции структурных элементов поликодового малоформатного текста конфетного этикета, а также модели мотивированности конфетнонима.

Теоретическая значимость работы определяется вкладом в теорию языка за счет введения понятия поликодового малоформатного текста конфетного этикета в аспекте его синтагматики или парадигматики, в теорию текста – за счет параметрического моделирования структуры поликодового малоформатного текста конфетного этикета, разработки комплексной методики анализа поликодовых малоформатных текстов, в семиотику – за счет выявления структурно-семантических и прагматических особенностей поликодового малоформатного текста конфетного этикета.

Практическая значимость заключается в возможности использования результатов исследования в теоретических, практических и элективных курсах по теории текста, лингвистическому анализу текста, теории номинации, семантике, лексикологии, переводоведению, семиотике, прагматике, теоретическим основам иностранного языка, межкультурной коммуникации.

Апробация работы была осуществлена в ходе выступлений на заседаниях кафедры лингводидактики Пермского государственного национального исследовательского университета (Пермь, ПГНИУ, 2019-2022), а также в формате докладов в рамках международных и всероссийских конференций: “8th International Multidisciplinary Scientific Conference SOCIAL SCIENCES & ARTS SGEM2021” (Албена, Болгария, 21-30 августа 2021), «Актуальные проблемы

изучения иностранных языков и литератур» (Пермь, ПГНИУ, 2019, 2021), «XXII Международная научно-практическая конференция «Наука и образование: сохраняя прошлое, создаем будущее» (Пенза, 2019), «Ломоносов-2017» (Москва, МГУ, 10-14 апреля 2017). Основные положения диссертации отражены в 8 публикациях, 3 из которых опубликованы в изданиях, входящих в реестр ВАК РФ.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, 2 глав, заключения и библиографического списка. Работа изложена на 164 страницах, содержит 50 рисунков, 3 таблицы и 2 приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность исследования, формулируются цель и задачи исследования, описывается исследовательский материал, определяются объект и предмет исследования, обосновываются теоретическая и практическая значимость, новизна, а также представляются положения, выносимые на защиту.

В главе 1 «Теоретические основы изучения поликодовых текстов» излагаются теоретико-методологические основы изучения поликодового текста, уточняется понятие поликодового малоформатного текста, вводится и определяется понятие поликодового текста конфетного этикета (ПМТКЭ), освещаются вопросы текстообразования и номинации в ПМТКЭ, рассматриваются синтагматические и парадигматические отношения в ПМТКЭ, прагматический потенциал ПМТКЭ.

На рубеже XX-XXI веков произошло стремительное развитие технологий, появились новые способы и средства передачи информации. Актуальными стали такие процессы, как массовая компьютеризация и глобализация. Эти процессы влияют на способы кодирования и восприятия информации. В коммуникации оказываются задействованы не только вербальные средства. В связи с этим все большую роль стали играть способы коммуникации, которые основываются на взаимодействии множественных семиотических кодов, доступных для восприятия человеком.

В результате пансемиотического поворота понятие «текст» стало выходить за рамки собственно языковой субстанции. Стало возможным рассмотрение текста как динамического взаимодействия нескольких семиотических систем. В лингвистике наблюдается выход за пределы изучения собственно языковых форм к исследованиям прочих элементов, невербальных по своей природе, которые включены в процесс коммуникации: «Становится все более очевидно, что попытки принципиального отделения языка от коммуникации, мышления и поведения становятся малоконструктивны, искусственны, обусловлены лишь логикой развития науки, но никак ни самой природой вещей»¹ [Кибрик 2010].

¹ Кибрик А.А. Мультимодальная лингвистика // Когнитивные исследования. 2010. Вып. 4. С. 134–152.

В связи с утверждением антропоцентрической парадигмы в лингвистике исследователи стали уделять особое внимание взаимодействию и взаимосвязи языка и мышления человека, роли языка в процессе освоения человеком действительности. Смещение фокуса на подобные темы предопределило появление когнитивных исследований, для которых характерно изучение особенностей кодирования, обработки, усвоения и трансформации информации с помощью языковых знаков² [Кубрякова 1995]. Когнитивные исследования позволяют рассматривать язык в его многообразных и разнообразных связях с человеком. Методы когнитивной лингвистики позволяют приблизиться к пониманию сути коммуникации, а значит, подобрать эффективные средства для ее улучшения или управления ею.

К концу XX столетия на первый план выдвигаются задачи всестороннего исследования языка во всем многообразии его связей, в том числе с другими семиотическими системами. Становится очевидно, что изучаемые лингвистами тексты создаются не только при помощи языка, но и при помощи других модусов, таких как изображение, звук, движение и т.д. Представляется необходимым понять, как эти нелингвистические средства употребляются для передачи идей, мнений и идентичности.

Кроме того, в постмодернистской парадигме происходит устранение четко выраженных границ между ядром и периферией, исчезают дихотомические отношения, в частности, дихотомия больших языковых форм/малых языковых форм. В центре внимания оказывается пользователь, который становится активным участником коммуникации. Именно в этих условиях возможно изучение нетривиальных объектов действительности, в том числе предметов повседневности, удовлетворяющих запросам и потребностям пользователя.

Ввиду особенностей восприятия информации, связанных с кратковременной памятью человека, также возникает потребность в поиске информационно емких текстовых образований. Благодаря включению вербальных и невербальных знаков информация в поликодовых текстах транслируется сразу по нескольким каналам восприятия, что улучшает эффект воздействия на реципиента. Подобные тексты именуются поликодовыми и определяются нами как вербально-визуальное единство, в котором смысловое единство выступает как результат взаимоналожения двух кодов – вербального и визуального.

Одним из ключевых понятий в данной работе является понятие поликодового малоформатного текста конфетного этикета. Рассматриваемый вид текста представлен на физическом носителе – упаковке конфеты, которая именуется технологами как конфетный этикет. Поликодовый малоформатный текст конфетного этикета (ПМТКЭ) определяется как вербально-визуальное единство текста рекламного плаката на альтернативном носителе – конфетном этикете.

² Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX века / отв. ред. Ю.С. Степанов. М: Изд-во «Российский государственный гуманитарный университет», 1995. С. 144–238.

Конфетный этикет – нетривиальный предмет наблюдения. Для современных исторических исследований стало актуальным обращение к историческим источникам, которые традиционно не использовались при реконструкции исторических событий, явлений, процессов. Конфетная обертка относится к их числу.

ПМТКЭ является разновидностью рекламного текста, поскольку он представляет информацию о продукте и его производителе, распространяется среди широкой аудитории, а также формирует интерес к продавцу и товару, способствует реализации товара.

Поликодовый текст конфетного этикета соответствует всем параметрам текстов малого формата – лаконичность, массовость и доступность восприятия – что дает нам возможность называть данные тексты поликодовыми малоформатными текстами. Отличительной чертой данных текстов является то, что синтагматические отношения реализуются не только вербально, но и визуально. Усиление прагматики поликодового текста конфетного этикета позволяет использовать конфетный этикет как альтернативную площадку для распространения информации, используемую в повседневных практиках.

В рекламном тексте конфетного этикета четко выделяется наличие двух составляющих – вербальной и визуальной, которые взаимодействуют друг с другом. В представленном исследовании данные составляющие условно именуются вербальным и визуальным компонентами.

В формировании вербального компонента участвуют языковые знаки, поэтому мы можем говорить о том, что в этом процессе задействован вербальный код. Визуальный компонент сформирован посредством иконических и «иконографических элементов»³ [Евграфова 2019]. Иконичность как значимый принцип поликодового текста предполагает включение всех авербальных элементов. Понятие невербального компонента обозначает не только иконическое изображение, но и аудиокомпонент, видеоряд, жест и т.д. Термин «невербальный» подразумевает не только графическое изображение, но и элементы паралингвистики, что делает его весьма широким. Специфика исследуемого материала обуславливает необходимость использовать термин «невербальный» именно в узком значении. В нашем случае под визуальным компонентом подразумевается изображение, входящее в структуру поликодового текста.

Ввиду наличия разных семиотических кодов, вербальный и визуальный компоненты формируют единый поликодовый текст, носителем которого является конфетный этикет. Вербально-визуальное единство ПМТКЭ реализуется на уровне синтактики, семантики и прагматики.

Структура ПМТКЭ (рисунок 1) формируется посредством поликодовых элементов, которые представляют информацию о продукте, производителе, а также информацию, направленную на потребителя.

³ Евграфова Ю.А. «Язык» экранности и экранная «речь» в статике гетерогенных текстов: дискретные единицы континуума движения // Вестник Московского государственного областного университета. 2019. № 2. С. 156–170.

При этом стоит отметить, что элементы могут быть репрезентированы как вербально, так и визуально. Структурные элементы ПМТКЭ актуализируют следующие тематические блоки информации:

- 1) «Продукт» – блок информации, указывающей на товар и его свойства;
- 2) «Производитель» – блок информации, актуализирующая «создателя» продукта и позволяющая отличить и позиционировать конкретного производителя на рынке кондитерских изделий;
- 3) «Потребитель» – блок информации, адресованной непосредственно клиенту с целью стимулировать его активность, персонализировать коммуникацию с производителем, оказывать прямое воздействие потребителя.

Элементы ПМТКЭ могут вступать в разные комбинации проксемики, то есть они могут сочетаться друг с другом в рамках одного тематического блока или взаимодействовать с элементами других блоков.

Отметим, что элементы представленных блоков в поликодовых текстах конфетных этикетов актуализируются в пространствах как вербального, так и визуального компонента ПМТКЭ. Стоит при этом указать на вариативность способов реализации элементов структуры ПМТКЭ. Приведем возможные способы актуализации элементов структуры ПМТКЭ:

1. Элемент актуализирован вербально и визуально;
2. Элемент актуализирован вербально, но не актуализирован визуально;
3. Элемент актуализирован визуально, но не актуализирован вербально;
4. Элемент не актуализирован ни вербально, ни визуально.

В случае, если элемент выражен и вербально, и визуально, мы можем говорить о том, что этот элемент поликодовый сам по себе.

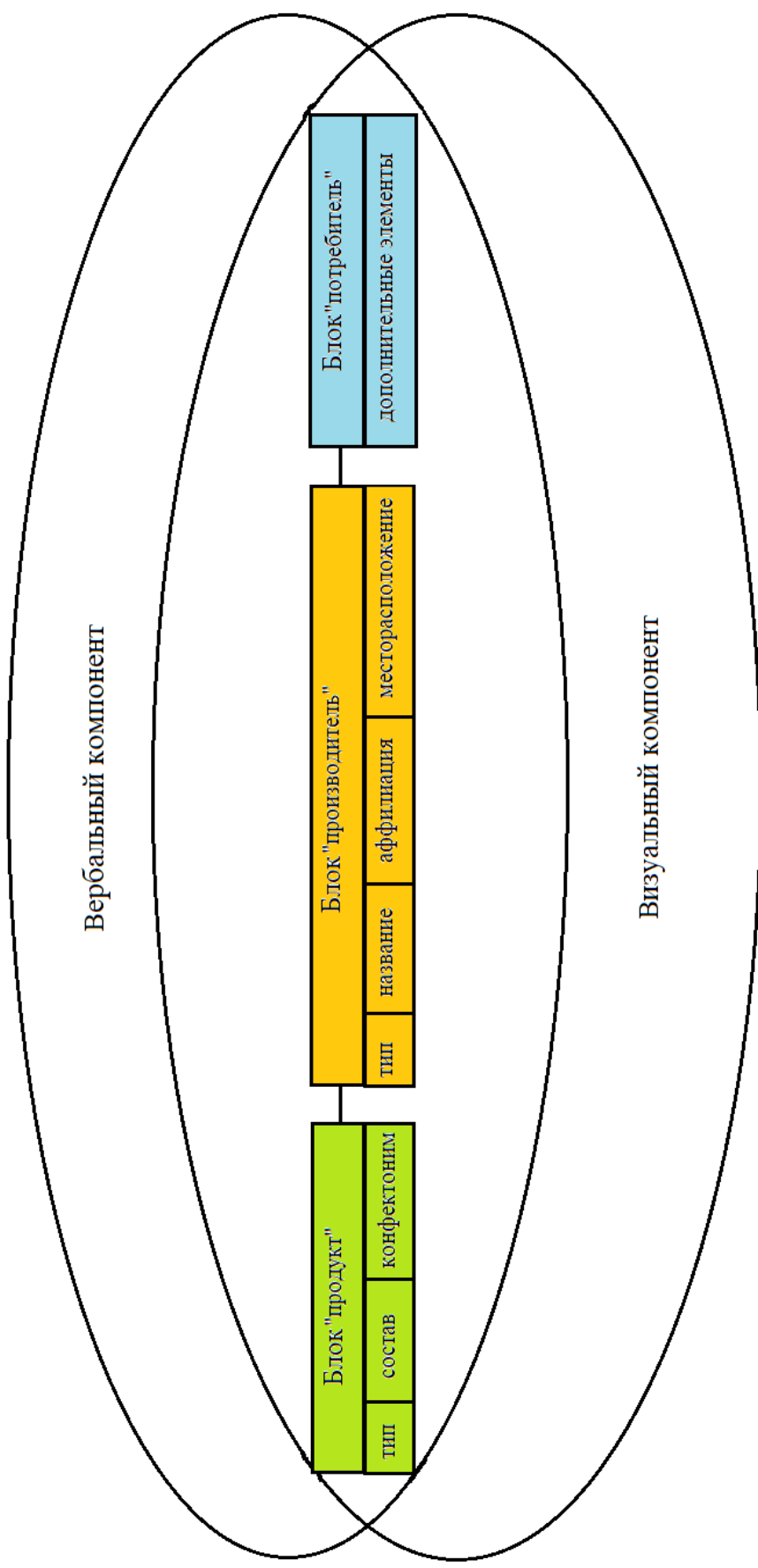


Рис. 1. Структура поликодового малоформатного текста конфетного этикета

Конфектоним является центральным элементом конфектного этикета. Конфектоним является авторским термином, который обозначает вербальное название продукта. Данный термин подразумевает объект-конфету. Тогда конфектоним – иконический знак этого объекта, поскольку в нем репрезентированы с помощью поликодовых знаков свойства объекта. Конфектоним порождается не только с помощью законов текстопорождения, но и по правилам трансмутации (по Р. Якобсону). Следовательно, что поликодовый текст конфектонима выступает в качестве заместителя самого объекта, выполняя роль экспликанта этого объекта.

Взаимодействие вербального и визуального компонентов ПМТКЭ основывается на степени совпадения семантики и прагматического потенциала ПМТКЭ. В исследовании представлена классификация типов корреляции вербального и визуального компонентов, в основе которой лежат типы взаимодействия структурных компонентов поликодового текста, выделенные М.В. Ворошиловой. На основе совпадения семантики и прагматического потенциала ПМТКЭ определяются следующие типы корреляции между вербальным и визуальным компонентами ПМТКЭ:

- 1) параллельная корреляция – семантика и прагматический потенциал компонентов совпадают практически полностью;
- 2) перекрестная корреляция – семантика и прагматический потенциал частично перекрывают друг друга;
- 3) оппозитивная корреляция – содержание, переданное невербальными средствами, вступает в противоречие с вербальной информацией, что часто порождает комический эффект;
- 4) интерпретативная корреляция – связь между вербальным и визуальным компонентом устанавливается на ассоциативной основе;
- 5) поддерживающая корреляция – один из компонентов дополняет, поддерживает семантику второго для совместной передачи информации, актуализируя важный аспект.

Прагматический потенциал поликодового текста конфектного этикета реализуется в информационно-коммуникативной и просветительской функциях. Информационно-коммуникативная функция обуславливает направленность поликодового текста конфектного этикета на представление и продвижение товара, а функция просвещения является одной из социально-культурных функций, которая направлена на распространение знаний культурного, политического или образовательного характера.

Помимо социально-экономической функции, реклама выполняет социокультурную функцию. Реклама транслирует ценности, жизненные установки, формирует общественное мнение и т.д. Одной из положительных функций рекламы является просветительская функция. Помимо информации о, собственно, рекламируемом товаре, упаковка изделия может знакомить потребителя с культурно значимыми феноменами, например, изображать архитектурные памятники, героев художественных произведений, персонажей

фольклора, выдающихся деятелей политической и культурной жизни, исторических личностей, образы памятных событий и т.д. Отметим, что подобные явления могут быть репрезентированы в рекламе как вербально, так и визуально.

В главе 2 «Комплексный анализ поликодового малоформатного текста конфетного этикета» представлен опыт разработки комплексной методики анализа поликодового малоформатного текста конфетного этикета и результаты его применения в исследовании структурно-семантических и прагматических особенностей российских и англо-американских ПМТКЭ.

В исследовании представлена авторская методика комплексного анализа ПМТКЭ, состоящая из следующих шагов:

1. Создание корпуса исследовательского материала;
2. Построение матрицы структуры ПМТКЭ, внесение данных для анализа;
3. Моделирование вербального и визуального компонентов ПМТКЭ;
4. Определение типа корреляции вербального и визуального компонентов;
5. Определение ведущей функции ПМТКЭ;
6. Сопоставительный анализ русскоязычных и англоязычных ПМТКЭ по параметрам:
 - а) модель мотивированности конфектонима;
 - б) тип корреляции между вербальным и визуальным компонентом;
 - в) доминирующая функция ПМТКЭ.

Для идентификации и последующей характеристики структурных компонентов ПМТКЭ нами был создан корпус исследовательского материала. В рамках исследования мы имеем дело с контекстом, представленным в двух модусах – вербальном и визуальном, что принималось во внимание при разработке последующих шагов методики. Таким образом, на первом этапе анализа был составлен корпус поликодовых текстов конфетных этикетов, произведенных на кондитерских фабриках России, Великобритании и США.

В целях повышения эффективности комплексного анализа ПМТКЭ структурные блоки и их элементы были систематизированы и представлены в виде матрицы (рисунок 2). Матрица сконструирована с использованием программы Microsoft Excel, функционал которой позволяет сортировать данные по заданным критериям. В первом столбце матрицы указывается исследуемый контекст, во второй столбец вносится название страны-производителя конфетного этикета. Другие поля матрицы содержат обозначение продукта, ингредиенты, состав, название фабрики-производителя, аффилиации производителя (указание на курирующее министерство), место нахождения производителя, дополнительную информацию о товаре или производителе, дополнительные элементы (например, загадка, стихотворение, слоган и т.д.). Рисунок 2 демонстрирует фрагмент электронной матрицы структуры ПМТКЭ. Примеры конфетных этикетов, указанных во фрагменте матрицы, представлены в приложении 1 к диссертационному исследованию.

Указанные в матрице параметры сгруппированы в три тематических блока – информация, указывающая на товар и его свойства, производителя или информация, ориентированная на потребителя. Так, к блоку информации, актуализирующей товар и его свойства, были отнесены такие компоненты текста, как обозначение продукта и ингредиентов, состава, конфектоним, дополнение (например, вес изделия, калорийность и т.п.); к блоку информации о производителе – тип предприятия, название, аффилиация, место расположения, дополнительная информация (например, награды на международных выставках); к информации, ориентированной на потребителя – дополнительная информация (например, загадка, инструкция и т.д.).

Построенная матрица позволяет рассмотреть структуру ПМТКЭ в двух плоскостях – вербальной и визуальной. Для этого в ней выделяются отдельные строки для вербального и визуального компонентов для каждого рассматриваемого контекста. Строки, расположенные по горизонтали, пересекаются со столбцами по вертикали, образуя ячейки, которые позволяют маркировать совпадение или несовпадение вербального и визуального компонентов в элементе фрагменте структуры ПМТКЭ. Если элемент структуры актуализирован вербально или визуально, в ячейке фиксируется, что написано или изображено на фрагменте ПМТКЭ. Если элемент никак не представлен – ни вербально, ни визуально, в таком случае в ячейку ставится прочерк.

Задачей следующего шага является моделирование вербального компонента ПМТКЭ. Этот шаг предполагает сначала создание модели структуры вербального компонента ПМТКЭ – определение вариаций сочетания элементов вербального компонента (конфектоним, обозначение продукта, производитель, дополнительная информация), а затем анализ мотивированности конфектонима кондитерского изделия. В результате прохождения указанных этапов мы получаем комплексную характеристику вербальной организации ПМТКЭ.

Следующий шаг комплексного анализа ПМТКЭ предполагает определение типа корреляции между вербальным и визуальным компонентами исследуемого типа текста. Этот шаг позволит нам выяснить, в каких отношениях находятся компоненты ПМТКЭ, в частности, какую функцию реализует визуальный компонент. В качестве основы для проведения данного этапа мы обращаемся к классификации типов корреляций – параллельная, поддерживающая, перекрестная, оппозитивная, интерпретативная. В основе классификации лежит степень совпадения семантики и прагматического потенциала вербального и визуального компонентов ПМТКЭ.

Конфетный этикет	Страна	Компоненты этикета	Продукт			Производитель					Потребитель		
			Тип	Ингредиенты, состав	Конфект коним	Дополне ние	Тип предприятия	Название	Аффилиация	Город		Дополнение	
Карамель Колибри	Россия	вербальный	карамель	-	Колибри	-	-	-	-	-	-	-	
		визуальный	-	-	Птица колибри	-	-	-	-	-	медали выставок	-	
Конфетт Короля Сиамакого	Россия	вербальный	конфетт	-	Короля Сиамакого	-	Конфетт фабрика	"Кама" В.В. Судоплатова	-	-	в Перми	-	-
		визуальный	-	-	Слон	-	-	-	-	-	-	-	-
Конфетт Мишка Сибиряк	Россия	вербальный	конфетт	-	МИШКА СИБИРЯК	-	Конд.ф-ка	РОТ-ФРОНТ	Министерст во пищевой промышлен ности РСФСР	Министерст во пищевой промышлен ности РСФСР	Москва	Указание на министерст во повторяетс я два раза	-
		визуальный	-	-	Четыре медведя в лесу; шишки и еловые ветки	-	-	ЛОГОТИП	-	-	-	-	-

Рис. 2. Фрагмент электронной матрицы структуры ПМТКЭ

Решение о ведущей функции ПМТКЭ или репрезентации той или иной категории принималось на основе семантики ПМТКЭ, а также доминирующего тематического блока структуры ПМТКЭ. Если в исследуемом ПМТКЭ доминирующим блоками оказывались «продукт» и «производитель», в таком случае мы определяли в качестве ведущей функции информационно-коммуникативную функцию. Если доминирующим оказывался тематический блок «потребитель», который был актуализирован посредством дополнительных элементов, таких как стихотворение, выдержка из литературного произведения, полезный совет и т.д., то в зависимости от источника и характера этого элемента, выбиралась соответствующее направление просветительской функции.

Просветительская функция поликодовых малоформатных текстов конфетных этикетов выражается в трансляции культурно значимых знаний, ценностей и визуальных образов. Считаем, что функция просвещения является интегральной частью социокультурной функции ПМТКЭ. В свою очередь, культурно значимая информация, передаваемая посредством ПМТКЭ, направленная на просвещение потребителя, может быть категоризована в различные тематические группы. Это делается также с учетом того, что просвещение как деятельность по распространению знаний и культуры имеет разные направления: культурное, санитарное, религиозное, психологическое, педагогическое, половое, политическое просвещение. Учитывая специфику материала исследования, мы полагаем, что наиболее частотными оказываются культурное, политическое и педагогическое направление просвещения. На основе этого можно выделить три тематических направления просветительской функции, актуализированных в русскоязычных и англоязычных ПМТКЭ – культурное просвещение, политическое просвещение и педагогическое просвещение.

Применение комплексной методики анализа ПМТКЭ к отобранному исследовательскому материалу позволил нам определить ряд структурно-семантических и прагматических аспектов ПМТКЭ.

Во-первых, ввиду структуры, формируемой посредством поликодовых элементов, вступающих в разные комбинации проксемики, ПМТКЭ характеризуется дискретностью и ригидностью. Вербальный и визуальный компоненты актуализировать три тематических блока в зависимости от актуализируемой информации – блок информации о товаре, информации, направленной на потребителя, информации о производителе. Указанные блоки, в свою очередь, содержат разные элементы репрезентации актуальной для субъектов коммуникации информации, например, для блока информации о товаре характерно наличие таких элементов, как указание на тип изделия, конфектоним, состав и т.д., для блока информации о производителе – тип предприятия, название, год основания, место расположения, для блока информации, направленной на потребителя – дополнительные элементы, представленные полезными советами, выдержками из литературных произведений, цитатами и т.д. Визуальный компонент рассмотренных ПМТКЭ представлен иконическим изображением, обладающим похожими чертами, что и его референт – репродукции известных картин, изображение архитектурных

объектов, персонажей литературных произведений, объектов живой и неживой природы, изделия, находящегося в конфетном этикете и т.д. Сочетание вербального и невербального кодов при формировании структуры текста, носителем которого является конфетный этикет, делает рассматриваемый текст семиотически сложным и позволяет называть его поликодовым. Важно отметить единство, в котором пребывают структурные компоненты ПМТКЭ. Элементы обоих компонентов так или иначе присутствуют в ПМТКЭ, некоторые из них могут быть актуализированы как вербально, так и визуально, то есть данные элементы могут считаться поликодовыми. Чаще всего в ПМТКЭ вербально и визуально актуализируются наиболее значимые элементы, которые представляют информацию, важную для участников коммуникации.

На основе анализа указанных элементов и способов их выражения – вербального или визуального – можно определить, какая информация является значимой с точки зрения составителя данного поликодового текста, каковы его интенции. Если наиболее выраженным оказывается блок информации о товаре, то следует говорить о намерении вызвать у потребителя детальное представление о рекламируемом продукте. Как правило, практически все элементы этого блока оказываются репрезентированы как вербально, так и визуально или, по крайней мере, представлены в ПМТКЭ. Если четко выраженным является блок информации о производителе, в таком случае можно говорить о стремлении производителя позиционировать себя как продавца, которому могут доверять не только потребители, но и другие участники рынка. Также это наблюдение можно трактовать как желание компании продемонстрировать свою репутацию и сформировать определенный имидж. Блок информации, направленный на клиента, фокусируется на стремлении автора ПМТКЭ представить, помимо собственно информации о товаре, дополнительную, просветительскую информацию, которая способствует, как правило, распространению знаний из области культуры, образования и политики.

Конфектоним, который представляет центральный элемент конфетного этикета, может быть мотивирован разными способами. конфектоним выступает в качестве заместителя самого объекта, выполняя роль экспликанта этого объекта. Нами были определены 6 моделей мотивированности конфектонима:

- 1) Нулевой конфектоним;
- 2) Обозначение продукта;
- 3) Конфектоним;
- 4) Включение обозначения продукта в конфектоним;
- 5) Включение названия производителя в конфектоним;
- 6) Включение обозначения продукта и названия производителя в конфектоним.

В таблице 1 приведены примеры моделей мотивированности конфектонима в русскоязычных и англоязычных ПМТКЭ:

Примеры моделей мотивированности конфектонима

Модель	Примеры
1) Нулевой конфектоним	Отсутствие названия продукта. Обычно подобный тип встречается в наборах конфет, помещенных в одну общую упаковку, содержащую название продукции.
2) Обозначение продукта	Конфета, конфеты
3) Конфектоним	«Собачки», «Отелло», Рачки, «Восмидесятники», «Пионеры», «Голландский», «Бэби», Балтика, Школьная, «Л.Н. Толстой», «Новый вес», Русское войско, Крестьянка, «Полярная», Snickers, PayDay, Milkshake, Time Out, double Decker,
4) Включение типа продукта в конфектоним	карамель Рябиновая, карамель Фотографическая, карамель Народная, карамель Федеративная, Школьные конфеты, конфеты Сормовские, Новосибирские конфеты, Конфект Короля Сиамского, Orange Creams, Luna's Bar, Jelly Choc Chip, Coffee Cream, Highland Toffee
5) Включение названия производителя в конфектоним	Бабаевские конфеты, Cadbury's Fruit and Nut, Mackintosh's Golden Cup, Cadbury's Caramel, Hershey's Gold, Barratt's Sherbet Fountain, Cadbury's Turkish Delight
6) Включение типа продукта и названия производителя в конфектоним	FRY's Orange Cream, Mackintosh's Minty Cup, Cadbury's Crunchie Mint, McCowan's Raspberry Flavour Fizzy Lizzy, Cadbury's Fudge

При образовании ПМТКЭ происходит преобразование как вербального, так и визуального компонентов. Степень совпадения семантики и прагматического потенциала вербального и визуального компонентов обуславливает типы корреляции между ними — параллельная, поддерживающая, оппозитивная, интерпретативная и перекрестная. В русскоязычных ПМТКЭ реализуются все типы корреляции, при этом

преобладают параллельная и поддерживающая типы корреляции. В англоязычных ПМТКЭ реализуются только параллельная и поддерживающий типы корреляции. Как показал анализ исследовательского материала, четко выраженные блоки «продукт» и «производитель» указывают на доминирующую информационно-коммуникативную функцию ПМТКЭ. Просветительская функция направлена не только на то, чтобы представить кондитерское изделие, находящееся в упаковке, но и образовывать и воспитывать потребителя. Для этого на конфетных этикетах представлялись значимые архитектурные и социальные объекты, персонажи художественных произведений, выдающиеся деятели искусства и культуры, политические деятели, символы власти, выдержки из литературных произведений и т.д. В зависимости от тематики представленных образов, можно выделить три направления просветительской функции – культурное просвещение (памятники архитектуры, социально значимые объекты, деятели искусства, персонажи художественных произведений, города и достопримечательности и др.), политическое просвещение (символы власти и политические деятели) и педагогическое просвещение (выдержки из произведений литературы, алфавит, полезные советы и т.д.). ПМТКЭ, принадлежащие разным лингвокультурам, реализуют разные функции — англоязычные ПМТКЭ преимущественно нацелены на реализацию информационно-коммуникативной функции, в то время как русскоязычные ПМТКЭ, помимо информирования потребителя о продукте 126 или производителе, реализуют функцию культурного, педагогического и/или политического просвещения. Мы полагаем, что с приходом на российский рынок британских и американских товаров в постсоветский период истории России сместился фокус создателей ПМТКЭ с представления тематического блока «потребитель», который был ярко выражен в советское время, на репрезентацию блока «продукт». Это привело к переходу от комплементарной просветительской функции к доминированию информационно-коммуникативной функции. При этом заметим, что для англоязычных ПМТКЭ не наблюдается трансформации функций ПМТКЭ. Доминирующей в разные периоды времени оказывается информационнокоммуникативная функция, призванная подробно представить продукт, упакованного в конфетный этикет.

В заключении подводятся итоги работы и определяются перспективы дальнейшего исследования. Теоретические основы исследования включили в себя определение понятий «поликодовый текст», «поликодовый малоформатный текст конфетного этикета», «конфектоним», классификацию типов корреляции вербального и визуального компонентов поликодового малоформатного текста конфетного этикета, а также определение функции поликодовых рекламных текстов. В исследовании предложено понимание поликодового малоформатного текста конфетного этикета как вербально-визуального единства текста рекламного плаката на альтернативном рекламном носителе, разработана комплексная методика анализа поликодового малоформатного текста конфетного этикета, позволяющая комплексно изучить данный тип текста на уровнях синтактики, семантики и прагматики, установлены типы корреляции между структурными компонентами поликодовых малоформатных текстов

конфетных этикетов. В работе выявлена прагматическая функция поликодовых малоформатных текстов конфетных этикетов, реализующаяся в информационно-коммуникативной и просветительской функциях, определены схожие тенденции в типах взаимодействия структурных компонентов поликодовых малоформатных текстов конфетных этикетов в разных языках (русском и английском), что свидетельствуют об универсальности структуры поликодовых малоформатных текстов конфетных этикетов, а также установлены различия в реализации моделей мотивированности конфектонима и функций в поликодовых малоформатных текстов конфетных этикетов, принадлежащих разным лингвокультурам.

Представленное исследование открывает дальнейшие перспективы изучения ПМТКЭ с позиции определения деривационных процессов поликодовых элементов. Также в качестве перспективы дальнейшего исследования мы видим применение разработанной комплексной методики в ходе исследования других малых семиотических жанров (открыток, альбомных записей и др.).

**Статьи в рецензируемых научных изданиях,
включенных в реестр ВАК Министерства науки и высшего
образования РФ:**

1. Ветрова К.О., Мишланова С.Л. Семиофоры в мультимодальной коммуникации: вербальная и визуальная репрезентация культурных ценностей (на материале конфетных этикетов СССР и Великобритании второй половины XX века) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1251–1258.

2. Ветрова К.О., Мишланова С.Л. Креолизованный текст как метафора // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. 2022. Вып. 1. С. 7–13.

3. Ветрова К.О. Семиотический анализ рекламы Р. Барта: возможности, ограничения и перспективы // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2021. Т. 13. Вып. 4. С. 5–11.

**Статьи в сборниках научных трудов и тезисы докладов на научно-
практических конференциях:**

4. Vetrova K.O., Mishlanova S.L., Alekseeva L.M. Transdisciplinary challenges in social semiotics: innovative methodological considerations for multimodal analysis // Proceedings of 8th SWS International Scientific Conference on Social Sciences – ISCSS 2021. 2021. Vol. 8. P. 289–296.

5. Ветрова К.О. Конфетный этикет как альтернативный носитель рекламы // Иностранные языки в контексте культуры. Межвузовский сборник статей по материалам конференции. Отв. редактор Н.В. Шутёмова. Пермь: Издательский центр ПГНИУ, 2021. С. 22–27.

6. Ветрова К.О. Конфетный этикет как мультимодальный источник наблюдения // Наука и образование: сохраняя прошлое, создаем будущее: сборник статей XXII Международной научно-практической конференции: в 2 ч. Ч. 1. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2019. С. 198–200.

7. Ветрова К.О., Ягодкина Е.В. Verbal and visual semiophores' cultural function in the aspect of political identity formation // Иностранные языки в полилоге культур: материалы X научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых / под общ. ред. С.Л. Мишлановой, Н.В. Бисеровой, Е.Ю. Овчинниковой. Пермь: Издательский центр ПГНИУ, 2019. С. 8–9.

8. Ветрова К.О., Ягодкина Е.В. Verbal and visual representation of political identity in Russia in the Soviet period considering Russian candy wrappers as a case study // Иностранные языки в полилоге культур: материалы X научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых / под общ. ред. С.Л. Мишлановой, Н.В. Бисеровой, Е.Ю. Овчинниковой. Пермь: Издательский центр ПГНИУ, 2019. С. 15–16.