

УДК: 378+376.68+81'233+008+659.1

*Стаття надійшла до редакції [Article received] – 28.08.2021 р.*

*Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]*

*Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 30.08.2021 р.*

*Оригінальність тексту [The originality of the text] – 90,65 %*

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2021.40.09>

## КРЕОЛІЗОВАНИЙ ТЕКСТ В СУЧАСНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА ПРАГМАТИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ

*Аліна Юріївна Бовсунівська (м. Київ, Україна)*

[alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)

студентка кафедри романської філології  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
(Міністерство освіти і науки України)  
01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

*Статтю присвячено дослідженню креолізованого тексту як феномену в сучасному комунікативному просторі та теоретичних підходів до визначення сутності даного поняття. Автор, визначаючи поняття «креолізований текст», акцентує увагу на плюралізмі думок стосовно зазначеної дефініції. В статті також розглянуто типологічні характеристики креолізованого тексту та прагматичні особливості його функціонування у підвищенні ефективності мовленнєвої комунікації.*

**Ключові слова:** креолізація, креолізований текст, вербальний компонент, невербальний компонент, комунікація, комунікативний простір, інформаційно-комунікаційні технології, прагматика.

**Особистий внесок** полягає у розкритті прагматики використання креолізованого тексту в сучасному комунікативному просторі. Визначено функції, які виконують креолізовані тексти: інформаційна, комунікативна, номінативна, розважальна, персуазивна, асоціативна, атрактивна, евфемістична, експресивна, естетична, волюнтативна, технічна.

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Креолізований текст в сучасному комунікативному просторі: сутність поняття та прагматика функціонування (Українською) [Kreolizovanyj tekst v suchasnomu komunikatyvnomu prostori: sutnist' ponjattja ta pragmatyka funkcionuvannja]

© Бовсунівська А. Ю. [Bovsunivs'ka A. Ju.], [alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)

## CREOLIZED TEXT IN MODERN COMMUNICATIVE SPACE: THE ESSENCE OF THE CONCEPT AND PRAGMATICS OF FUNCTIONING

*Alina Yu. Bovsunivska (Kyiv, Ukraine)*

[alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)

Student of Romance Philology Department  
Taras Shevchenko National University of Kyiv  
(Ministry of Education and Science of Ukraine)  
14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

*The article is devoted to the study of creolized text as a phenomenon in the modern communicative space and theoretical approaches to defining the essence of this concept. In defining the concept of «creolized text», the author emphasizes the pluralism of opinions regarding this definition. The article also considers the typological characteristics of the creolized text and pragmatic features of its functioning in improving the efficiency of communication.*

**Keywords:** *creolization, creolized text, verbal component, nonverbal component, communication, communicative space, information and communication technologies, pragmatics.*

**Personal contribution** is to reveal the pragmatics of the use of creolized text in the modern communicative space. The functions performed by creolized texts are determined: informational, communicative, nominative, entertaining, persuasive, associative, attractive, euphemistic, expressive, aesthetic, voluntative, technical functions.

**Вступ.** Сучасна лінгвістика тексту прагне подолання вузьколінгвістичного підходу до вивчення тексту і виявляє значний інтерес до креолізованих текстів, що поєднують у собі знаки різних кодових систем. Креолізовані (полікодові) тексти набувають усе більшого поширення в сучасній міжкультурній комунікації, де іконічні засоби разом із вербальними відтворюють картину світу, шкалу цінностей, естетичні ідеали нації, і є одним із найбільш успішних її засобів. Усвідомлення зростання значущості креолізованих текстів в інформаційному суспільстві, потреба більш повного здобування з тексту як вербальної, так і невербальної інформації для підвищення ефективності

---

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

**Creolized Text in Modern Communicative Space: the Essence of the Concept and Pragmatics of Functioning**  
(in Ukrainian) [Kreolizovanyj tekst v suchasnomu komunikatyvnomu prostori: sutnist' ponjattja ta pragmatyka funkcionuvannja]

© Bovsunivska A. Yu. [Bovsuniv'ska A. Ju.], [alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)

мовленнєвої комунікації стають найважливішими чинниками у вивченні та описанні інструментарію засобів, які утворюють креолізовані тексти. Саме це й обумовлює актуальність нашого дослідження.

**Метою** статті є вивчення ролі креолізованих текстів у підвищенні ефективності мовленнєвої комунікації. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: 1) дослідити підходи в сучасній лінгвістичній науці до визначення креолізованих текстів; 2) визначити форми реалізації креолізованих текстів та їх типологію; 3) з'ясувати функції креолізованих текстів.

**Об'єкт** дослідження – креолізовані тексти в сучасному комунікативному просторі; предмет дослідження – прагматичні особливості функціонування креолізованих текстів у підвищенні ефективності мовленнєвої комунікації.

**Методологічна основа** статті – загальнонаукові методи (аналізу, синтезу, індукції, дедукції), структурний метод, метод системно-функціонального та прагмалінгвістичного аналізу.

**Огляд наукової літератури.** Креолізовані тексти, в яких вербальні і візуальні компоненти складають єдине структурно-сміслову ціле, є характерною особливістю сучасних засобів масової комунікації, дають можливість підвищити ефективність комунікативного впливу. Значний внесок у дослідження комунікативних особливостей креолізованих текстів здійснили такі зарубіжні вчені, як Є. Анісімова, Л. Головіна, Н. Кругликова, О. Пойманова (об'єктом вивчення стали рекламні повідомлення, які всебічно аналізувалися із залученням матеріалів різних мов та культур); М. Шахматова, Т. Євстигнеєва, І. Кольцов, І. Могучева, О. Овчиннікова (у методиці навчання іноземних мов зверталися до креолізованих текстів); Є. Анісімова, І. Арноль, А. Баранов, П. Паршин, А. Бернадська, Л. Большіянова, Н. Валгіна, Ю. Колодна, В. Костомаров, І. Любишева, А. Сонін, І. Стернін, психолінгвісти Ю. Сорокін, Є. Тарасов (досліджували взаємодію графіко-візуального та ілюстративно-візуального методів подання інформації, механізми їх конвергенції, подібності та відмінності впливу вербальної та візуальної інформації).

Вагомі теоретичні здобутки щодо зазначеної проблематики представлені в роботах українських вчених-лінгвістів: А. Гадомська (розроблено та запроваджено методику мовленнєво-культурної адаптації іноземних студентів засобами креолізованих рекламних текстів); Т. Безугла (досліджено сучасний

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

**Креолізований текст в сучасному комунікативному просторі: сутність поняття та прагматика функціонування** (Українською) [Kreolizovanyj tekst v suchasnomu komunikatyvnomu prostori: sutnist' ponjattja ta pragmatyka funkcionuvannja]

© Бовсунівська А. Ю. [Bovsunivs'ka A. Ju.], [alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)

**PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS**

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

англо- і німецькомовний рекламний дискурс, представлений у текстах друкованої споживчої реклами, які розглядаються як креолізовані); І. Білюк (лінгвістичні дослідження брендів та брендингу як особливого виду комунікації у сучасному глобальному комунікативному просторі); О. Ісаєва (розкрито потенціал креолізованих текстів на уроках світової літератури як фактор активізації читацької діяльності); М. Івасишин (досліджено мультимодальність англійського коміксу як візуально-графічного (креолізованого) тексту); Ж. Денисюк (вивчено особливі форми репрезентації (меми, демотиватори, колажні картинки-«фотожаби») ціннісно-сміслових сенсів постфольклору у повсякденних комунікативних практиках, заснованих на інтертекстуальному переплетенні інформаційних модулів); І. Ущаровська (досліджено структурно-семантичні, соціолінгвальні та прагматичні параметри мови бренду: мультимодальний підхід (на матеріалі англійських брендів кави)); М. Ячменик (визначено засоби медіаосвіти (інноваційні дидактичні інструменти організації та забезпечення освітнього процесу, технічні, програмні, мережеві, креолізовані, аудіовізуальні засоби навчання, що сприяють ефективному вирішенню професійних завдань) із формування компетентної мовної особистості школяра, його соціалізації, морального, громадянського, естетичного виховання).

Високо оцінюючи внесок вітчизняних і зарубіжних учених у розвиток теорії креолізованих текстів, необхідно зазначити, що все ще недостатньо розробленою залишається цілісна концепція креолізованих текстів. Недостатня лінгвістично-теоретична розробленість вказаних проблем та їх практична значущість обумовили вибір на пряму й теми статті, її мету, логіку та послідовність наукового дослідження.

**Основний зміст.** Фігурні вірші, є стародавніми прототипами креолізованого тексту, чийм засновником вважається давньогрецький поет Сіммія Родоський. Фігурні вірші або «візуальні вірші» містять одну знакову систему – символічну, елементи якої формують іншу – іконічну. Рядки віршів Сіммія Родоського набувають форму яйця, крил. З тим пір як у III ст. до н.е. був започаткований новий тип поезії, його розвиток не припинився, а тільки набував нових форм.

Брошури, карикатури, рекламні тексти, комікси, плакати, постери, буклети, логотипи, буктрейлери, фотоколажі, скрапбукінги, кардмейкінги – це

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

**Creolized Text in Modern Communicative Space: the Essence of the Concept and Pragmatics of Functioning**  
(in Ukrainian) [Kreolizovanyj tekst v suchasnomu komunikatyvnomu prostori: sutnist' ponjattja ta pragmatyka funkcionuvannja]

© Bovsunivska A. Yu. [Bovsuniv'ska A. Ju.], [alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)

## ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

сучасні види креолізованого тексту. Свою популярність такі тексти почали набирати ще з ХХ ст. і зараз активно застосовуються у рекламних кампаніях завдяки своїй ефективній персуазивній властивості.

У сучасному цифровому комунікативному просторі домінує новий тип тексту – креолізований, і який не міг залишитися поза увагою лінгвістів. Перша робота, присвячена дослідженню цього феномену належить Ю. Сорокіну та Є. Тарасову, де було введено метафоричний термін «креолізований текст» з визначенням як «текст, фактура якого складається з двох негомогенних частин: вербальної (мовної/мовленнєвої) і невербальної (яка належить до інших знакових систем, ніж природна мова)» [6, с. 136]. Історичним значенням слова «креолізація» є «процес формування нових етнічних груп шляхом змішання крові декількох контактуючих етносів». Поняття креоли (від ісп. *criollo*) вказує на змішане походження спільноти у результаті колонізації. Взаємодія різних етнічних груп у межах однієї території веде також до взаємодії їхніх національних мов. І звідси впливає друге значення терміну «креолізація» – «процес формування нової мови» (змішаної у лексиці та граматиці) у результаті взаємодії декількох мов. Відштовхуючись від складових компонентів феномену, з'являються синонімічні відповідники, як наприклад, полікодовий текст (А. Нікітіна, Г. Ейгер, А. Габідулліна) [3, с. 66], семіотично ускладнений текст (А. Бернацька) [3, с. 66], відео-вербальний текст, гетерогенний текст, інтерсеміотичний текст, мультимедіальний текст. Є. Анісімова [1, с. 18] надає таке визначення терміну «креолізований текст» – «текст, у якому вербальний і невербальний компоненти утворюють одне візуальне, структурне, смислове й функціональне ціле, що забезпечує його комплексну прагматичну дію на адресата». За висновками Є. Єліної, «сполучення вербальних і зображальних засобів передавання інформації утворює креолізований (змішаного типу) текст [3, с. 26]. У монографії М. Ворошилової [2, с. 22], присвяченій дослідженню креолізованого тексту в політичному дискурсі, знаходимо таку дефініцію: «Креолизований текст – текст, який характеризується складною формою, заснований на поєднанні одиниць двох і більше різних семіотичних систем, які вступають у відношення взаємозв'язку, взаємодоповнення, взаємовпливу, що зумовлює комплексний вплив на адресата». Щодо використання креолізованих текстів в інтеркультурному й інтракультурному спілкуванні Ю. Алексеєв [3, с. 24] наголошує, що «особливості сприйняття креолізованого тексту носіями

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

**Креолизований текст в сучасному комунікативному просторі: сутність поняття та прагматика функціонування (Українською) [Kreolizovanyj tekst v suchasnomu komunikatyvnomu prostori: sutnist' ponjattja ta pragmatyka funkcionuvannja]**

© Бовсунівська А. Ю. [Bovsuniv'ska A. Ju.], [alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)

**PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS**

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

різних національно-лінгвоментальних комплексів перебувають у нерозривному зв'язку з когнітивною базою тієї лінгвокультурної спільноти, до якої належать реципієнти, їхнім колективним когнітивним простором, індивідуальним когнітивним простором, а також з характером і якісними характеристиками складників креолізованого тексту».

Проведене дослідження дозволило визначити сутність поняття «креолізований текст». Категорія «креолізований текст» представлена нами як ілюстрований текст, у якому вербально виражена інформація сполучається із зображенням; вербальні та зображувальні компоненти утворюють візуальне, структурне, змістове і функціональне ціле, яке забезпечує комплексний, прагматичний вплив на адресата.

В залежності від ступеню синтезу вербальних та іконічних систем виділяють:

1) текст із частковою креолізацією – між вербальною та іконічною частиною не встановлюється тісний зв'язок, вони можуть існувати незалежно один від одного, вербальна складова виконує головну роль, іконічна – факультативну;

2) текст з повною креолізацією – вербальна та іконічна складові існують у гармонійному співвідношенні, вилучення одного елементу унеможлиблює розуміння іншого.

Також Є. Анісімова [1, с. 12] доповнює цю класифікацію ще однією групою – текст з нульовою креолізацією, де зображальна складова відсутня. Але ми не вважаємо доцільним її розглядати, так як втрачається характерна особливість креолізованого тексту, а саме наявність двох різних знакових систем.

Д. Чигаєв [3, с. 20] підтримує ідею Є. Анісімової [1, с. 12] про поділ креолізованих текстів на три частини, однак, зважаючи на те, що такий вид тексту створюється шляхом підбору оптимальної взаємодії вербальних та іконічних складових, заперечує поняття часткової та повної креолізації і вважає доцільним застосовувати інші терміни: семіотично ускладнені, полікодові, семіотично збагачені тексти тощо.

А. Бернацька виділяє наступні три групи:

1) текст зі слабким ступенем креолізації;

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

**Creolized Text in Modern Communicative Space: the Essence of the Concept and Pragmatics of Functioning**  
(in Ukrainian) [Kreolizovanyj tekst v suchasnomu komunikatyvnomu prostori: sutnist' ponjattja ta pragmatyka funkcionuvannja]

© Bovsunivska A. Yu. [Bovsuniv'ska A. Ju.], [alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)

- 2) текст із помірним ступенем креолізації;
- 3) текст із сильним ступенем креолізації.

Ми вважаємо, що для аналізу креолізованих текстів більш доречним буде використання класифікації А. Бернацької [3, с. 68], оскільки у її розподіленні тексти завжди мають у наявності дві складові – вербальна та невербальна.

У залежності від ролі, яку виконує іконічна складова креолізовані тексти поділяються на (О. Пойманова) [5, с. 56]:

- 1) адитивний – іконічна частина надає додаткову інформацію до вербальної частини;
- 2) видільний – вербальна частина містить значний об'єм інформації, який зображальною частиною лише підкреслюється;
- 3) опозиційний – вербальна та невербальна складові формують конфліктний семантичний зв'язок між собою, часто для створення комічного ефекту;
- 4) інтеграційний – вербальна та іконічна складові вбудовані в один одного для передачі єдиної інформації;
- 5) зображально-центричний – іконічна складова домінує, а вербальна складова її доповнює.

Панівним осередком існування креолізованих текстів є інтернет простір. Їхня популярність обумовлюється інформаційним та персуазивним потенціалом, що досягається швидким та більш потужним чином. Зображальний елемент, на відміну від вербального, здатний швидше захопити увагу адресата та передати необхідну інформацію. Креолізовані тексти широко застосовуються у комерції та рекламі, а також у науці, навчанні, журналістиці, літературі, соціальних мережах. Креолізовані тексти виконують наступні функції:

- 1) інформаційна – креолізований текст формує цілісну одиницю інформації, що передається адресату;
- 2) комунікативна – суб'єкти взаємодіють один з одним, між ними відбувається процес обміну інформацією, у ході якого передається зашифроване у креолізованому тексті повідомлення;
- 3) номінативна – комбінація візуальної та текстової частин слугує для позначення предмету, особи, явища.

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

**Креолізований текст в сучасному комунікативному просторі: сутність поняття та прагматика функціонування (Українською) [Kreolizovanyj tekst v suchasnomu komunikatyvnomu prostori: sutnist' ponjattja ta pragmatyka funkcionuvannja]**

© Бовсунівська А. Ю. [Bovsuniv'ska A. Ju.], [alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)

**PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS**

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

4) розважальна – забезпечується ефект розслаблення, зняття напруги (це здебільшого креолізовані тексти з коротким повідомленням комічного характеру – меми, та графічно-оповідні тексти – комікси);

5) персуазивна – здійснення психологічного впливу на адресата з метою досягнення бажаної поведінкової реакції (активно застосовується у рекламі для просування товару);

6) асоціативна – семантичний зв'язок, встановлений між іконічною та текстовою частиною, сприяє швидшій асоціативній прив'язаності реципієнта до повідомлення;

7) атрактивна – за цю функцію відповідальна візуальна частина, яка здатна швидко залучити увагу реципієнта;

8) евфемістична – позначення предмету подається у завуальованому вигляді;

9) експресивна – контакт з реципієнтом встановлюється на емоційному рівні, текст побудований таким чином, щоб впливати на емоції адресата;

10) естетична – текст впливає на естетичні почуття реципієнта;

11) волюнтативна – керує пізнавальною діяльністю адресата

12) технічна – організовує візуальне сприйняття тексту.

Варто розуміти, що, окрім візуалізації інформації, у створенні креолізованого тексту можуть бути задіяні інші знакові системи: аудіолізація, відеолізація. Активізація таких органів чуття, як смак, нюх, дотик у креолізованому тексті здійснюється за допомогою вербальної та/або візуальної складової. Такий прийом називається синестезія і особливо популярний у сучасній рекламі, що для більш ефективного передачі повідомлення до адресата намагається залучити усі його органи чуття. Синестезія визначається як «певний подразник, що, впливаючи на один орган чуття, проти волі суб'єкта відтворює не тільки те відчуття, яке йому притаманне, а й паралельно ще й додаткове відчуття, яке характерне для іншого органу чуття» [4, с. 166]. Синестезія проявляється мимоволі, у незалежності від бажання людини і має потужний, довготривалий емоційний ефект на реципієнта, чим і привернув увагу рекламодавців. Таким чином, креолізовані тексти можуть бути поділені за кількістю задіяних органів чуття у реципієнта:

1) тексти з моносенсорним ефектом впливу;

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

**Creolized Text in Modern Communicative Space: the Essence of the Concept and Pragmatics of Functioning**  
(in Ukrainian) [Kreolizovanyj tekst v suchasnomu komunikativnomu prostori: sutnist' ponjattja ta pragmatyka funkcionuvannja]

© Bovsunivska A. Yu. [Bovsuniv'ska A. Ju.], [alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)

## ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

2) тексти з простим синестезійним ефектом впливу (задіяно два органи чуття);

3) тексти з ускладненим синестезійним ефектом впливу (задіяно три і більше органів чуття).

Окрім того, відповідно до ступеню залученості реципієнта у процес зчитування інформації, представленої різними знаковими системами, креолізовані тексти поділяються на:

1) тексти з мінімальною залученістю реципієнта – інформація лише надається для ознайомлення, не очікуючи відповідної реакції від адресата (публіцистичні тексти);

2) тексти із середньою залученістю реципієнта – інформація надається з маніпулятивною інтенцією, від реципієнта очікується певна реакція – позитивна (покупка товару)/негативна (ігнорування) (рекламні оголошення);

3) тексти зі значною залученістю реципієнта – для прочитання інформації адресат має виконати певні дії (креолізовані тексти з гіперкодом).

Прагматичне використання креолізованих текстів у різних сферах:

1) *навчальна література* (для навчальних закладів усіх типів при викладанні навчальних дисциплін, особливо при викладанні української та іноземних мов) – креолізовані рекламні тексти, як різновид автентичних текстів, є важливими для відтворення ситуацій реального спілкування в процесі природного оволодіння мовою; завдяки лінгвометодичному аналізу означених текстів здійснюється ознайомлення студентів-іноземців з українською матеріальною й духовною культурою, швидша адаптація до її сприйняття інакшою лінгвокультурною спільнотою. Такі тексти є наближеними до реальних ситуацій спілкування, що вкрай необхідно студентам-іноземцям для занурення у мовно-мовленнєве середовище країни, мову якої вони вивчають, до того ж цінні тим, що поєднання вербальних і невербальних кодів під час креолізації позитивно впливає на процес сприймання інформації, поглиблює і вдосконалює його, а отже, впливає на ефективність оволодіння природною мовою.

2) *політичний дискурс* (розуміється як сукупність усіх мовних актів, які використовуються в політичних дискусіях, а також правил публічної політики, освячених традицією та перевірених досвідом) – політична реклама, ілюстрація, плакат та політична карикатура є жанрами політичного дискурсу із потенційними можливостями створення підвищеної експресивності. Єдність

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

**Креолізований текст в сучасному комунікативному просторі: сутність поняття та прагматика функціонування (Українською) [Kreolizovanyj tekst v suchasnomu komunikatyvnomu prostori: sutnist' ponjattja ta pragmatyka funkcionuvannja]**

© Бовсунівська А. Ю. [Bovsunivs'ka A. Ju.], [alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)

**PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS**

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

графіки та мови креолізованих текстів дозволяє з більшою ймовірністю реалізовувати інтенції автора, швидше досягаючи необхідних результатів. Політичні креолізовані тексти виконують наступні функції: сатиричну, соціальну, творчу, культурної пам'яті, емотивну, ілюстративну, маніпулятивну, соціального контролю. Наявність кількох типів семіотичних кодів у креолізованому тексті є його відмінністю і підвищує комунікативну спроможність; на прикладі політичних креолізованих текстів (наприклад, карикатури) ефект комічного досягається лише у синтезі іконічного та вербального компонентів. Політичні креолізовані тексти є універсальним інструментом діалогу влади та суспільства, відображенням чи реакцією соціуму на якусь політичну подію, низку подій чи персону національного чи світового рівня.

3) *маркетинг, реклама* – однією із найголовніших сфер, де за допомогою функціонуючих в єдиному графічному просторі зображення і слова вирішуються прагматичні завдання, є реклама. У рекламних креолізованих текстів психологічне і смислове навантаження однаково розподіляються між двома складовими – вербальним і невербальним (візуальним і /або звуковим) рядами (вербальний ряд – ім'я, текст і слоган; невербальний – образ і композиція). В процесі сприйняття креолізованого тексту відбувається подвійне декодування закладеної в ньому інформації, тобто при виокремленні концепту зображення відбувається його накладення на концепт вербального тексту. Взаємодія двох концептів приводить до створення єдиного загального концепту (сенсу) креолізованого тексту. Рекламний креолізований текст відрізняється від текстів інших видів як функціонально-комунікативними параметрами, так і специфікою своєї структури (рекламне повідомлення складається з семи елементів: заголовок; підзаголовок; основний текст; ціна; назва і адреса; купон; слоган «підпис» або «останній штрих»). Вимога до рекламного тексту – «максимум інформації при мінімумі слів» обумовлює відсутність основного рекламного тексту, його функцію виконує зображення рекламованого товару, а роль рекламного тексту переходить до заголовка, слогана, і рідко до рекламного знака. Прагматичне використання креолізованих текстів в сфері маркетингу та рекламної діяльності – просування товару,

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

**Creolized Text in Modern Communicative Space: the Essence of the Concept and Pragmatics of Functioning**  
(in Ukrainian) [Kreolizovanyj tekst v suchasnomu komunikatyvnomu prostori: sutnist' ponjattja ta pragmatyka funkcionuvannja]

© Bovsunivska A. Yu. [Bovsuniv'ska A. Ju.], [alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)

послуги, бренду, фірми в цілому; спонукання споживача до купівлі товару чи послуги.

4) *наблік рілейшнз* (спеціальна система управління інформацією (у тому числі соціальною), якщо під управлінням розуміти процес створення інформаційних приводів та інформації зацікавленою в ній стороною, розповсюдження готової інформаційної продукції засобами комунікації для цілеспрямованого формування бажаної суспільної думки) – креолізовані тексти використовуються з метою формування та просування позитивного іміджу організації в суспільстві.

В статті ми розглянули основні сфери, де активно використовуються креолізовані тексти. Прагматика використання даного виду текстів в інших сферах є метою наших подальших наукових досліджень.

**Висновки дослідження.** В процесі дослідження сутності креолізованих текстів та їхньої ролі у підвищенні ефективності мовленнєвої комунікації було обґрунтовано наступні висновки:

1. Визначено, що креолізований текст – ілюстрований текст, у якому вербально виражена інформація сполучається із зображенням; вербальні та зображувальні компоненти утворюють візуальне, структурне, змістове і функціональне ціле, яке забезпечує комплексний, прагматичний вплив на адресата.

2. Обґрунтовано, що з точки зору лінгвістики, типологізація креолізованих текстів залежить від сфери їх застосування і типів кореляції, які існують між вербальними (іконічними, звуковими, відеокадровими тощо) та невербальними складовими. Запропоновано типологізацію креолізованих текстів за наступними критеріями: 1) за мірою злитості в них вербальних і невербальних компонентів (гомогенні вербальні/іконічні тексти, паралінгвістично активні тексти, тексти з частковою/повною креолізацією); 2) за характером іконічного компонента (статичний/динамічний, двомірний і тривимірний); 3) за характером вербального компонента або за типом комунікації (усний/письмовий; такий, що включає знаки однієї або декількох природних мов); 4) за співвідношенням обсягу інформації, яка передається різними знаками, і за роллю зображення: (репетиційні, адаптивні, видільні, опозитивні, інтеграційні, образотворчо-центричні); 5) за характером зв'язків, що об'єднують вербальний і образотворчий компоненти (експліцитно

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Креолізований текст в сучасному комунікативному просторі: сутність поняття та прагматика функціонування (Українською) [Kreolizovanyj tekst v suchasnomu komunikatyvnomu prostori: sutnist' ponjattja ta pragmatyka funkcionuvannja]

© Бовсунівська А. Ю. [Bovsunivs'ka A. Ju.], [alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)

**PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS**

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

виражені/експліцитні невиражені (імпліцитні)); 6) за соціокультурною орієнтованістю (інтеркультурно орієнтовані, транскультурно орієнтовані); 7) за ступенем креолізації (тексти з частковою креолозацією, тексти з повною креолозацією); 8) за кількістю компонентів (тексти з двома компонентами, тексти з трьома компонентами); 9) за ступенем передбачуваної залученості читача (тексти з мінімальною залученістю читача, тексти з середньою залученістю читача, тексти зі значною залученістю читача); 10) за ступенем композиційної складності (простий текст, складний текст). Таким чином, зображення різною мірою бере участь в організації тексту. Функціонуючи та взаємодіючи в єдиному семантичному просторі, вербальний і невербальний компоненти забезпечують цілісність і зв'язність креолізованого тексту, його комунікативний ефект.

3. Визначено функції, які виконують креолізовані тексти (інформаційна, комунікативна, номінативна, розважальна, персуазивна, асоціативна, атрактивна, евфемістична, експресивна, естетична, волюнтативна, технічна), що складає прагматичну спрямованість креолізованих текстів.

**Перспективи подальших наукових розвідок.** Дослідження комунікативних особливостей креолізованих текстів не можна обмежувати даною статтею. Ми сподіваємось, що презентована стаття спонукатиме інших (насамперед вітчизняних) учених долучатися до розв'язання означених проблем в прагмалінгвістиці. Перспективи подальшого вивчення заявленої проблематики вбачаємо у дослідженні функціонального та прагматичного аналізу креолізованих текстів (питань, пов'язаних з суб'єктом (автором креолізованого тексту) та адресатом (читачем) і, найголовніше – з їхньою взаємодією при комунікації. Цікавим видається аналіз функціонування різних видів креолізованих текстів (комікси, меми, карикатура, буктрейлер, постер, плакат, буклет, брошура, фотоколаж з літературної теми, логотип, «дудл» (заставка для Google), скрапбукінг, кардмейкінг) в різних сферах (комерція, реклама, паблік рілейшнз, маркетинг, брендинг, політичний дискурс, графічний дизайн, фотографія, образотворче мистецтво, кіно, телебачення, навчальна література тощо); аналіз особливостей сприйняття креолізованих текстів реципієнтами, які належать до різних лінгвокультурних спільнот.

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

**Creolized Text in Modern Communicative Space: the Essence of the Concept and Pragmatics of Functioning**

(in Ukrainian) [Kreolizovanyj tekst v suchasnomu komunikatyvnomu prostori: sutnist' ponjattja ta pragmatyka funkcionuvannja]

© Bovsunivska A. Yu. [Bovsuniv'ska A. Ju.], [alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)

**Література:**

1. Анисимова, Е. Е. *Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на примере креолизованных текстов)*: учебное пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов (Москва: Тезаурус, 2013), 122.
2. Ворошилова, М. Б. *Политический креолизованный текст: ключи к прочтению* (Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет 2013), 194.
3. Гадомська, А. А. «Методика мовленнєво-культурної адаптації іноземних студентів засобами креолізованих рекламних текстів» (Дис. канд. філол. наук, Одеса, 2017), 257.
4. Карпенко, А. В. «Синестезия как средство выражения символистского мироощущения.» *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации»* 27 (66), № 2. (2014): 164–170.
5. Пойманова, О. В. «Семантическое пространство видеовербального текста.» Автореф. дисс. канд. филол. наук (Москва, 1997).
6. Сорокин, Ю., А., Тарасов, Е. Ф. «Креолизованные тексты и их коммуникативная функция.» *Оптимизация речевого воздействия* (1990): 180-186.

**References:**

1. Anisimova, E. E. *Lingvistika teksta i mezhkul'turnaya kommunikatsiya (na primere kreolizovannykh tekstov)*: uchebnoe posobie dlya stud. fak. inostr. yaz. vuzov (Moskva: Tezaurus, 2013), 122.
2. Voroshilova, M. B. *Politicheskiiy kreolizovannyu tekst: klyuchi k prochleniyu* (Ekaterinburg: Ural'skiy gosudarstvennyu pedagogicheskiiy universitet 2013), 194.
3. Gadoms'ka, A. A. «Metodika movlennevo-kul'turnoi adaptatsii inozemnikh studentiv zasobami kreolizovanikh reklamnikh tekstiv» (Dis. kand. filol. nauk, Odessa, 2017), 257.
4. Karpenko, A. V. «Sinesteziya kak sredstvo vyrazheniya simvolistskogo mirochuvstvovaniya.» *Uchenye zapiski Tavricheskogo natsional'nogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. Seriya «Filologiya. Sotsial'nye kommunikatsii»* 27 (66), № 2. (2014): 164–170.
5. Poymanova, O. V. «Semanticheskoe prostranstvo videoverbal'nogo teksta.» Avtoref. diss. kand. filol. nauk (Moskva, 1997).
6. Sorokin, Yu. A., Tarasov, E. F. «Kreolizovannye teksty i ikh kommunikativnaya funktsiya.» *Optimizatsiya rechevogo vozdeystviya* (1990): 180-186.

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

**Креолізований текст в сучасному комунікативному просторі: сутність поняття та прагматика функціонування (Українською) [Kreolizovanyj tekst v suchasnomu komunikativnomu prostori: sutnist' ponjattja ta pragmatyka funkcionuvannja]**

© Бовсунівська А. Ю. [Bovsunivs'ka A. Ju.], [alinabovs1@gmail.com](mailto:alinabovs1@gmail.com)