

Л.А. Борботько, Э.А. Костромина
(Россия, Москва)

КРИТЕРИИ ВЗАИМОВЛИЯНИЯ ВЕРБАЛЬНЫХ И НЕВЕРБАЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ ТЕАТРАЛЬНОЙ АФИШИ

В рамках данной статьи рассматриваются особенности креолизованного текста театральной афиши, в частности, вербальные и невербальные компоненты. Креолизованные тексты являют собой совокупность вербальных и иконических компонентов, составляющих единое семантическое, структурное и визуальное целое. Театральная афиша понимается как одна из обязательных составляющих театрального дискурса. Статья содержит примеры взаимовлияния вербальных и невербальных компонентов.

Ключевые слова: театральный дискурс, театральная афиша, эпитекстуальное образование, креолизованный текст, вербальный компонент, невербальный компонент

Современная лингвистическая наука в рамках междисциплинарных исследований склонна не только к изучению дискурсивной природы текстов различного жанра, но и к интерпретации дискурсивных образований с культурологических, социальных и других позиций. Соотнесённость различных видов дискурса позволяет также говорить о существовании целостного коммуникативного пространства социума.

Настоящая статья, посвящённая анализу факторов взаимовлияния вербальных и невербальных компонентов театральной афиши, рассматривает вышеупомянутую афишу в её непосредственной причастности к театральному дискурсу.

Под театральным дискурсом понимается «речь, произносимая на сцене и рассматриваемая как театральное и социальное действие, воплощенное актерским составом перед зрительской аудиторией в условиях, изначально предложенных драматургом и адаптированных режиссером-постановщиком для последующей реализации на сцене» [Борботько 2014: 17–18].

В то время как дискурс представляет собой «совокупность тематически соотнесенных текстов: тексты, объединяемые в дискурс, обращены, так или иначе, к одной общей теме», содержание дискурса «раскрывается не одним отдельным текстом, но интертекстуально, в комплексном взаимодействии многих отдельных текстов» [Чернявская 2009: 144]. Темой, объединяющей различные компоненты дискурса, ставшего объектом исследования в рамках настоящей статьи, является предметная область «театр».

Предметная область «театр» включает различные аспекты функционирования театрального института: драматургическую основу спектакля, особенности игры актеров, деятельность режиссера-постановщика, подбор музыкального сопровождения, сценографию, а также взаимодействие с дифференцированным зрительским адресатом в лице обывателей, театралов, профессиональных театральных деятелей (критики, драматурги). В свою очередь, театральная афиша также обеспечивает корректную реализацию театрального дискурса в рамках вышеобозначенного социального института. Посредством афиши зритель узнает о «присутствии» конкретного спектакля в репертуаре театра, а также имя драматурга, чье произведение послужило основой инсценировки, имя режиссера-постановщика, актеров, задействованных в спектакле, и других членов труппы, чья работа необходима для театральной адаптации драматургического произведения. В некоторых случаях афиша также содержит необходимые сведения о датах и времени показа спектакля.

Одной из обязательных характеристик театрального дискурса является то, что он реализуется согласно определенному коммуникативному кодексу, регламентирующему место действия (театр), наличие конкретных участников (драматург, режиссер-постановщик, театральный коллектив, зрители), а также их коммуникативные стратегии, которые определены до начала процесса коммуникации. Наличие афиши, привлекающей внимание потенциальных зрителей к тому или иному спектаклю, впоследствии переводя их в статус участников коммуникативного действия, также есть следствие существования определенного регламента – коммуникативного кодекса.

Специфичность данного вида дискурса состоит в том, что он обладает своим коммуникативным пространством, где осуществляется коммуникация между автором пьесы и зрителем в зале посредством работы режиссера-постановщика и игры актеров на театральной сцене. Таким образом, коммуникативное пространство театрального дискурса понимается как двусторонний процесс, в рамках которого адресант является передатчиком информационного сообщения, в то время как адресат воспринимает и перерабатывает информацию. Подобное коммуникативное пространство обладает определенными лингвистическими и экстралингвистическими характеристиками.

Однако помимо существования двухвекторного понятия *театральное пространство*, а именно – пространства сцены и пространства зрительного зала, необходимо уточнить, что театральная афиша / плакат как составляющая театрального дискурса также функционирует в рамках данного коммуникативного пространства, несмотря на физическое нахождение за пределами театра.

Для дальнейшей характеристики афиши как компонента театрального дискурса необходимо сформулировать определение данного понятия. Театральная афиша принадлежит к эпитекстуальным образованиям, поскольку является периферийным элементом, выходящим за рамки театрального представления [Викулова 2011]. Тем не менее, завершенность и полноценность театральный дискурс получает только при наличии подобного окружения. В рамках настоящей статьи предлагается рассмотреть театральные афиши как вид креолизованных текстов

Многими учеными разделяется точка зрения, согласно которой основным определяющим признаком креолизованного текста является наличие вербальных и невербальных компонентов в тексте. В составе креолизованного текста большинства учеными выделяются два основных компонента: вербальный (слово) и невербальный (изображение). По словам отечественных психолингвистов Е.Ф. Тарасова и Ю.А. Сорокина, креолизованные тексты представляют собой «тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знако-

вым системам, нежели естественный язык)» [Сорокин 1990: 178–187]. Отмечается также взаимовлияние компонентов креолизованного текста, за счет чего оказывается воздействие на реципиента и достигается необходимый эффект.

Театральные афиши рассматриваются нами как креолизованные тексты в виду наличия вербальных и невербальных компонентов, составляющих единое неразделимое целое. Вербальный компонент данных текстов составляют такие элементы театральной афиши, как слоган, имена актеров и режиссера, название постановки, даты и т.п. Невербальным компонентом креолизованных текстов театральных афиш выступает изображение на плакате. Таким образом, вербальный и невербальный компоненты образуют единое целое, находясь в отношениях тесной взаимосвязи, в виду того, реципиентом не воспринимаются отдельно тот или иной компонент, а плакат в целом – и изобразительный компонент, и вербальный.

Е.Е. Анисимовой выделяются два вида корреляций между вербальным и иконическим компонентами креолизованного текста: отношения взаимозависимости и отношения взаимодополнения. При отношениях взаимозависимости вербальный компонент выполняет важную роль, так как интерпретация невербального компонента без комментария невозможна. Отношения взаимодополнения подразумевают, что невербальный компонент существует независимо от вербального компонента, которому отводится вторичная функция. Таким образом, из изображения понятен смысл, комментарии действуют лишь как дополнение [Анисимова 2003: 12].

При проведении анализа креолизованных текстов театральных афиш нами были выделены следующие критерии их рассмотрения:

1. по признаку диахронии (афиши к одинаковым произведениям, принадлежащие к разным временным промежуткам);
2. по принадлежности к тому или иному театру (*Royal Shakespeare Company, The National Theatre, Broadway*);
3. афиши разных художников и театров к одному произведению (*«A Midsummer's Night Dream», «King Lear», «Macbeth»*).

Для примера рассмотрим афишу к постановке *«Antigone»* театров The Heights Players (www.heightsplayers.org) и Suny New Paltz

Theatre (<https://www.newpaltz.edu/theatre/>), относящиеся к 1961 и 2013 годам соответственно. Афиша 1961 года имеет в своем составе вербальный компонент, выраженный названием произведения, театра, датами выступления и информацией о цене на билеты. Невербальный компонент в составе афиши выражен изображением театральной маски персонажа трагедии – лица, искаженного болью и отчаянием, символизирующим гибель главной героини трагедии. Плакат 2013 года также является сочетанием вербальных и невербальных компонентов. Вербальный компонент выражен названием постановки и датами выступлений, расположенными по центру афиши, а также названием театра в верхней части плаката. Невербальный компонент составляет изображение девушки в петле на белом фоне, что также отсылает зрителя к трагической гибели Антигоны. Стоит отметить, что название постановки «*Antigone*» расположено в центре афиши и пересекается с изображением девушки на второй части названия спектакля (*gone*), которая изображена в красном цвете. Что примечательно, одной из коннотаций слова *gone* является *умерший, ушедший, погибший*. Предположительно, художник намеренно изобразил название таким образом для достижения наибольшего эффекта. Стоит отметить, что невербальный компонент присутствует на обеих афишах. Кроме того, количество вербальных элементов на обеих афишах приблизительно равно, что свидетельствует о том, что фактическая информация, выраженная вербальным компонентом, во все времена являлась и остается неотъемлемым компонентом театральной афиши, необходимым для зрителя.

Далее рассмотрим афиши театра *Royal Shakespeare Company* (<http://www.rsc.org.uk/>).

Эмблема театра *Royal Shakespeare Company* расположена в левом верхнем углу. Стоит отметить, что эмблемы данного театра выполнены в красном цвете. Тем не менее, эмблемы театра не всегда расположены в левом верхнем углу. В некоторых случаях они расположены в верхней части афиши посередине или в левом нижнем углу, что объясняется тем фактом, что афиши к некоторым постановкам относятся к разным временным промежуткам. Соответственно, орга-

низация афиш со временем претерпевала ряд изменений. Иконический компонент в составе афиш театра *Royal Shakespeare Company* являет собой, в большинстве случаев, изображение, выполненное художником. Еще одной отличительной особенностью афиш данного театра является многообразие шрифтов. Шрифты, которыми выполнены названия постановок, соответствуют по стилю афише, тем не менее, они не одинаковы. Кроме того, количество вербальных элементов сведено к минимуму, в то время как изобразительный компонент занимает всю площадь афиши.

Далее рассмотрим афиши разных театров и художников к производству «*King Lear*» National Theatre (www.nationaltheatre.org.uk/) и The Seagull Theatre Club (www.theseagull.co.uk/). Справедливо отметить, что афиши к данной постановке выполнены в разных цветах. Тем не менее, преобладающими цветами являются черный и серый. Данные два цвета обычно символизируют трагические события и гибель героев пьесы или вызывают соответствующие ассоциации. Таким образом, благодаря невербальным компонентам, настрой пьесы отражен и на афишах. Заметим, что на одной из афиш присутствует цитата из пьесы: «*Come not between the dragon and his wrath*». Использование цитат в организации театральной афиши является весьма выгодным решением в виду того, что цитаты привлекают внимание зрителей и оказывают на него особое воздействие. Что касается основного невербального компонента, то чаще всего на афише изображается главный герой пьесы – Лир, король Британии. Стоит отметить, что выбор художника в пользу изображения главных героев пьесы на афише так же является удачным; подобный подход практикуется художниками довольно часто.

Подводя итог, стоит отметить, что вербальный и невербальный компонент афиши, входящие в состав креолизованного текста театральной афиши, в момент восприятия реципиентом представляют собой единое целое. Справедливо также заметить, что итогом взаимовлияния вербального и изобразительного компонентов зачастую становится комплексное воздействие, оказываемое на потенциального зрителя. Таким образом, благодаря выделенным критериям взаимо-

влияния компонентов креолизованного текста театральной афиши нам удалось показать, что процесс соединения и взаимодействия вербального и невербального компонентов играет существенную роль, в частности, в оказании воздействия на реципиента.

Библиографический список

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов // Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 128 с.

2. Борботько Л.А. Авторский метатекст как ориентирующая система в коммуникативном пространстве театрального дискурса: дисс... к-та филол. наук. – М.: МГПУ, 2015. – 197 с.

3. Викулова Л.Г. Паратекст французской литературной сказки: прагмалингвистический аспект: дисс... д-ра филол. наук. – Иркутск: ИГЛУ, 2001. – 336 с.

4. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия.— М.: Высшая школа, 1990. – С. 180–186.

5. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность // Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. – М.: ЛИБРОКОМ, 2009. – 248 с.

6. Официальный сайт National Theatre [Электронный ресурс]. — 2014. — Режим доступа: <http://www.nationaltheatre.org.uk/>

7. Официальный сайт Royal Shakespeare Company [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://www.rsc.org.uk/>

8. Официальный сайт Suny New Paltz Theatre [Электронный ресурс]. — 2015. — Режим доступа: <http://www.newpaltz.edu/theatre/>

9. Официальный сайт The Heights Players [Электронный ресурс]. — 2015. — Режим доступа: <http://www.heightsplayers.org/>

10. Официальный сайт The Seagull Theatre Club [Электронный ресурс]. — 2015. — Режим доступа: <http://www.theseagull.co.uk/>