

УДК 811.112.2, 81'4

Л. Ф. БИРР-ЦУРКАН

*Санкт-Петербургский государственный университет*

### **ИЗОБРАЖЕНИЕ И ТЕКСТ: ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В ПУБЛИЧНЫХ НАДПИСЯХ-АПЕЛЛЯТИВАХ**

*Для цитирования:* Бирр-Цуркан Л. Ф. Изображение и текст: взаимодействие в публичных надписях-апеллятивах // Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете. 2022. Вып. 12. С. 174–195.  
<https://doi.org/10.21638/spbu33.2022.109>

Целью статьи является изучение публичных надписей-апеллятивов, возникших в связи с пандемией коронавируса и содержащих наряду с вербальными невербальные компоненты. В статье дается обоснование предлагаемого термина, позволяющего подчеркнуть основные функции данных текстов (привлечение внимания адресата и воздействие на его посткоммуникативное поведение) и в то же время отграничить их от других текстов регулятивного характера. Среди множества терминов для текстов с разноуровневыми семиотическими компонентами отдается предпочтение термину «креолизованный текст». Арсенал невербальных средств публичных надписей-апеллятивов представлен средствами особого графического оформления вербальной составляющей (супраграфемными — использованием шрифта разного типа и кегля, сочетанием прописных и строчных букв, выделением цветом и т. д. — и топографемными — использованием текстового фона) и изобразительными средствами, среди которых выделяются графические элементы (иконические изображения) и фотографии. С привлечением описательного метода, методов компонентного и контекстного анализа автор исследует взаимодействие между вербальными и невербальными составляющими в публичных надписях-апеллятивах и констатирует невозможность абсолютно идентичной передачи одного и того же содержания вербальными и невербальными средствами. Несмотря на потенциальную возможность передачи основного содержания надписи-апеллятива (требование соблюдения мер противодействия распространению коронавируса) посредством изображения, оно сопровождается текстом той или иной степени подробности. Даже в случаях параллельного (синонимического) употребления вербальных и невербальных компонентов сложно определить, какой составляющей отводится ведущая роль. Кроме того, автор анализирует примеры взаимного проникновения, когда вербальные и невербальные компоненты

могут быть правильно поняты лишь в их тесном взаимодействии. На основе проведенного анализа делается вывод о том, что использование невербальных компонентов способствует усилению апеллятивного характера надписей-апеллятивов. Новизна исследования заключается в выбранном материале и рассмотрении публичных надписей-апеллятивов как креолизованных текстов.

*Ключевые слова:* апеллятив, креолизованный текст, креолизация, вербальный компонент, невербальный компонент, супраграфемный, топографемный.

L. F. BIRR-TSURKAN  
St Petersburg State University

## IMAGE AND TEXT: INTERACTION IN PUBLIC APPELLATIVE INSCRIPTIONS

**For citation:** Birr-Tsurkan L. F. Image and text: Interaction in public appellative inscriptions. *German Philology in St Petersburg State University*, 2022, iss. 12, pp. 174–195. <https://doi.org/10.21638/spbu33.2022.109> (In Russian)

The article analyzes public appellative inscriptions that emerged during the coronavirus pandemic and contain both non-verbal and verbal components. The proposed term allows emphasizing the main functions of such texts (attracting the addressee's attention and influencing their behavior), while distinguishing such texts from other regulatory texts. From the many terms for texts with multilevel semiotic components, the term creolized text is preferred. The non-verbal means of public appellative inscriptions include a special graphic design of the verbal component (supragraphemic, i. e. a font of a different type and size, a combination of uppercase and lowercase, highlighting, etc., and topographemic, i. e. a text background), as well as pictorial means like graphic elements and photographs. The author explores the interaction between verbal and non-verbal components in public appellative inscriptions and finds that a fully identical rendition of the same content by verbal and non-verbal means is impossible. While it is possible to convey the main content of the appellative inscription (the requirement to comply with COVID measures) through an image, the latter is accompanied by texts with details. Even in cases of parallel (synonymous) use of verbal and non-verbal components, it is difficult to determine the leading component. The author also analyzes examples of mutual penetration of the verbal and non-verbal components. The author concludes that the use of non-verbal components enhances the appellative nature of appellative inscriptions. The nature of the chosen material and the idea that public appellative inscriptions can be considered creolized texts account for the novelty of the study.

*Keywords:* appellative, creolized text, creolization, verbal component, non-verbal component, supragraphemic, topographemic.

## 1. Теоретические основания исследования

### 1.1. Публичные надписи-апеллятивы как объект исследования

Материалом для настоящей статьи послужили немецкоязычные публичные надписи-апеллятивы, получившие широкое распространение во время пандемии коронавируса и нацеленные на побуждение адресата к определенному посткоммуникативному действию в связи с мероприятиями по предотвращению распространения коронавируса. Тексты, задачей которых является воздействие на поведение адресата, нередко оказывались в поле внимания лингвистов. И. Б. Руберт предлагает выделять класс регулятивных текстов, который в общих чертах «можно определить как совокупность типов и жанровых разновидностей письменных речевых произведений, регламентирующих поведение адресата или направленных на коррекцию его действий в целях достижения социально значимого или личностно оправданного результата» [Руберт 1995: 7]. К подобным текстам И. Б. Руберт относит инструкции, приказы, своды законов, запретительные надписи и т. д. Е. В. Комлева делает заключение о «существовании класса — хотя и малочисленного — апеллятивных текстов, к которому относятся тексты военной и политической пропаганды (листовки, плакаты, агитационные выступления политиков), военные и гражданские приказы, распоряжения, религиозные проповеди, деловые письма (различные письма-просьбы, рекламации), заявления о приеме на работу, частные письма» [Комлева 2008: 160], и определяет их как тексты, имеющие в качестве основной, доминантной функции «функцию специфического воздействия, предполагающего побуждение определенного адресата к совершению как предречевого и речевого, так и посткоммуникативного действия с ментальной, эмоциональной и (или) физической реакцией» [Комлева 2014: 140]. Как видим, предлагаемые авторами определения регулятивных и апеллятивных текстов близки, в их основе — функция воздействия на адресата. Разница, пожалуй, лишь в том, что в термине «регулятивный» актуализируется исключительно это воздействие, апеллятивность же подразумевает вокативность, побудительность и интеррогативность. Выделение публичных надписей-апеллятивов в качестве изучаемой группы текстов позволяет, с одной стороны, отметить их апеллятивный характер, а с другой — более четко

очертить границы изучаемых текстов, отделив их от сводов законов, заявлений и любого рода писем.

## **1.2. Тексты с разноуровневыми семиотическими компонентами**

В публичных надписях-апеллятивах широко используется сочетание вербальных и невербальных средств. Наиболее распространенным термином, используемым для текстов подобного рода, является термин «креолизованный текст», предложенный Ю. А. Сорокиным и Е. Ф. Тарасовым: это «тексты, фактура которых состоит из двух немоногенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [Сорокин, Тарасов 1990: 180–181]. Этот термин получил наибольшее распространение в языкознании в силу своей лингвистической направленности, в отличие от термина «поликодовый текст» с большей семиотической ориентацией. Термин «поликодовый текст» был предложен в работе Г. В. Ейгера и В. Л. Юхта, которые понимали под ним «случаи сочетания естественного языкового кода с кодом какой-либо иной семиотической системы (изображение, музыка и т. п.)» [Ейгер, Юхт 1974: 107]. Наконец, третьим из наиболее распространенных в отечественной лингвистике является термин «мультимодальный (полимодальный) текст», возникший по аналогии с английским *multimodality* и апеллирующий к различным каналам (модусам) передачи информации — визуальному, аудиальному, тактильному и т. д. [Кибрик 2010: 135], то есть в мультимодальном тексте проводится, например, разграничение между устной и письменной речью, а разграничение между письменным текстом и иллюстрацией оказывается нерелевантным, так как и то, и другое передается и воспринимается визуально (кстати, как справедливо отмечает Е. А. Губина, корректнее было бы говорить не о мультимодальном, а о мультимодусном тексте [Губина 2019: 28–29]). Е. Д. Некрасова подчеркивает необходимость разграничения полимодальных и поликодовых текстов: «Полимодальным может быть назван текст, воспринимаемый при помощи различных модальностей — каналов восприятия информации, в частности зрительной и аудиальной. Таким образом, наличие кодов и модальностей становится двумя самостоятельными аспектами классификации: поликодовый текст (соединяющий в себе вербальный и визуальный код) может

быть и мономодальным, если он воспринимается исключительно при помощи зрительного анализатора» [Некрасова 2014: 45]. Кроме этих основных терминов авторами предлагаются множество других, зачастую употребляемых как синонимы: «хотя данные понятия сходны и нередко трактуются как синонимы, гибридность и синкретичность знаковых образований чаще указывает на результат смешения семиотических свойств разных по своей природе знаков, креолизация — на сам процесс смешения, в то время как в термине “полиmodalность” подчеркивается изначальная способность знаков к комбинированию с другими знаками в рамках комплексных семиотических образований» [Волоскович 2012: 8]. Стоит также отметить термин Е. А. Губиной «вербально-пикторальные гибриды», понимаемый как «особая группа гетерогенных семиотических единств, в которых вербальные и пикторальные компоненты не только сопологаются, вследствие чего образуется более или менее тесное смысловое и формальное единство, но и слиты таким образом, что происходит взаимное проникновение двух совмещаемых семиотических планов (слова и изображения), а отчетливая граница между ними утрачивается» [Губина 2019: 55]. В немецких работах, посвященных взаимодействию текста и изображения, предлагаются термины *Bild-Text-Komplexe* [Große 2011], *Text-Bild-Gefüge* [Fehse 2017], т. е. конкретно называются две взаимодействующие составляющие единой структуры — картинка и текст. Франциска Гроссе предлагает также термин *Sprache-Bild-Text* как некое единство вербальных и невербальных знаков и указывает на существование между ними мультикодовых взаимосвязей [Große 2011: 33].

В настоящей статье предпочтение отдается термину «креолизованные тексты», прежде всего в силу его лингвистической направленности. Представляется возможным и логичным рассмотреть процессы креолизации на примере публичных надписей-аппелятивов, в которых часто используются разноуровневые семиотические средства.

Палитра терминов, обозначающих разноуровневые средства, используемые в подобных текстах, также разнообразна. Кроме разграничения на вербальное и невербальное следует отметить выделение паралингвистических средств. Так, согласно Е. Е. Анисимовой, «к полю паралингвистических средств относятся: графическая сегментация текста и его расположение на бумаге, шрифтовой и красочный наборы, типографские знаки, цифры, средства ико-

нического языка (рисунки, фотографии, таблицы, схемы и др.), необычное написание и нестандартная расстановка пунктуационных знаков и т. д.» [Анисимова 1992: 71], таким образом, налицо объединение характеристик визуального оформления текста (шрифт, цвет и т. д.) и собственно невербальных компонентов сообщения, называемых средствами иконического языка. Такое объединение представляется оправданным при определенном ракурсе исследования текстов, когда вербальное содержание (текст в узком понимании) противопоставляется тому, которое передается за счет особого оформления данного вербального содержания. И. В. Вашунина говорит о параграфемных средствах, к которым относятся «любые графические средства, употребляющиеся не по правилам орфографии: кавычки, дефис, вставки, зачеркивания с целью достижения оригинальности» [Вашунина 2009: 15]. В трактовке А. М. Волоскович, рассматривающей оппозицию вербального и графического знака, они «различаются по своей сущности, хотя в механизмах их интерпретации существует много общего. Слово отражает реальность, как бы члени предмет, представляя затем его части в некоторой очередности; изображение, напротив, показывает все, причем сразу, симультанно. Несовпадение свойств и функций вербального и графического знаков при сходстве их природы и общей роли в семиозисе приводит к переносу семиотических свойств с одного знака на другой в процессе интерпретации иконотекста» [Волоскович 2012: 9]. И. В. Вашунина ставит знак равенства между вербальными и иконическими составляющими [Вашунина 2009]. Е. А. Губина, как отмечалось чуть выше, противопоставляет вербальное и пикторальное. Существует также оппозиция вербального и визуального, имеющая разные основания для классификации и потому не столь удачная, несмотря на свое достаточно широкое употребление.

В настоящей статье мы будем придерживаться оппозиции «вербальное — невербальное», причем под невербальным будет пониматься как графическое оформление вербальной составляющей, так и вплетаемые в текст изображения любого рода, о чем пойдет речь ниже.

## **2. Публичные надписи-апеллятивы как креолизованный текст**

Публичные надписи-апеллятивы представляют собой сложные семиотические образования, в которых вербальная и изобрази-

тельная составляющие тесно связаны. Рисунок (или графический элемент) используется здесь не как традиционная иллюстрация художественного текста, а выступает как эквивалент слова, т. е. участвует в креолизации текста. Средствами создания креолизованного текста в надписях-апеллятивах выступают шрифт, фон, цвет, рисунки, иконки, фотографии и т. д.

## **2.1. Невербальные составляющие в публичных надписях-апеллятивах**

### **2.1.1. Графическое оформление вербальной составляющей**

Особое графическое оформление вербальной составляющей, например, использование шрифтов различного типа и размера, сочетание прописных и строчных букв, т. е. шрифтовое выделение графем той или иной конфигурации, понимаемое А. Н. Барановым и П. Б. Паршиным как супраграфемика [Баранов, Паршин 2018: 8–9], часто встречается в надписях-апеллятивах. Например, в имеющемся корпусе есть множество примеров оппозиции *Wir — Du*, которая нередко дополнительно выделяется шрифтом:

- (1) *Wir. Wir tun alles, damit Du im ICE/IC sicher reisen kannst. Wir tragen Masken, um Dich zu schützen. Wir reinigen unsere Züge mehrmals am Tag. Wir sorgen für kontaktlose Ticketkontrollen. Wir zeigen Dir vor der Buchung, wie voll der Zug wird. Du. Du tust das Wichtigste. Du achtest auf Dich.* — «Мы. Мы делаем все, чтобы Ты мог путешествовать в ICE/IC. Мы носим маски, чтобы защитить Тебя. Мы проводим многократную ежедневную уборку поездов. Мы обеспечиваем бесконтактные проверки билетов. Мы показываем Тебе перед бронированием, насколько заполнен поезд. Ты. Ты делаешь самое важное. Ты следишь за собой» (рис. 1).
- (2) *Wir tun alles, damit Du sicher an Dein Ziel kommst. Du tust alles, um Dich und andere zu schützen.* — «Мы делаем все, чтобы Ты надежно добрался до своей цели. Ты делаешь все, чтобы защитить себя и других» (рис. 2).

Наряду с разграничением адресанта и адресата (*Wir — Du*) в надписях-апеллятивах в связи с пандемией часто встречается местоимение *alle*, при оформлении его заглавными буквами еще больше подчеркивается необходимость объединения усилий в борьбе с распространением коронавируса:



Рис. 1. Оппозиция Wir — Du<sup>1</sup>



Рис. 2. Оппозиция Wir — Du

- (3) *BITTE STOP! Warten Sie auf die Aufforderung zum Eintritt, damit wir ALLE genug Abstand voneinander halten.* — «ПОЖАЛУЙСТА, СТОП! Подождите приглашения пройти, чтобы ВСЕ имели достаточную дистанцию друг от друга».

Игра с размером шрифта может приводить к возможности разного прочтения вербального содержания:

- (4) *ZU IHREM SCHUTZ. Das Tragen einer Alltagsmaske (MNS) ist auch auf unserem Außengelände verpflichtend.* (схематичное изображение маску) *Danke für Ihr Verständnis und Ihre Unterstützung. Ihr Team der Metro* (схематичное изображение маску) *Danke für Ihr Verständnis und Ihre Unterstützung. Ihr Team der Metro.* — «ДЛЯ ВАШЕЙ ЗАЩИТЫ. Ношение защитной маски обязательно и на нашей наружной территории. (схематичное изображение маски) Спасибо за Ваше понимание и Вашу поддержку. Ваша команда Метро» (рис. 3).

Благодаря шрифтовому выделению в первую очередь прочитывается начало надписи (*ZU IHREM SCHUTZ*) в сочетании с изображением маски.

<sup>1</sup> Фотографии надписей сделаны автором статьи или любезно предоставлены друзьями.



Рис. 3. Шрифтовое выделение заглавными буквами



Рис. 4. Шрифтовое выделение заглавными буквами

Примером подобного перераспределения внимания может также послужить слоган (5) *IMPFFEN SCHÜTZT auch die KULTUR* — «ПРИВИВКА ЗАЩИЩАЕТ также и КУЛЬТУРУ» (рис. 4). В этом примере, кстати, необходимо также отметить особое оформление восклицательного знака, объединяющего три строки слогана.

Оригинальное использование поля надписи-апеллятива, игра с фоном, т. е. «пространственное измерение графемной конфигурации», понимаемое А. Н. Барановым и П. Б. Паршиным как топографемика [Баранов, Паршин 2018: 9], также способствует креолизации текста. Например, в качестве фона могут служить очертания маски для побуждения к ее использованию: (6) *hallo. superhelden tragen maske. hallo mastercard* — «привет. супергерои носят маски. привет mastercard» (рис. 5) — или очертания ступней для требования соблюдать дистанцию: (7) *Bitte Abstand halten* — «Пожалуйста, соблюдайте дистанцию» (рис. 6). Кстати, в примере (6) обращает на себя внимание отказ от заглавных букв, что тоже является способом креолизации текста. Ориентация текста на поле надписи-апеллятива может быть различной, например по кругу: (8) *Eintritt bitte nur mit Maske! Danke!* — «Пожалуйста, вход только в маске» (рис. 7).



Рис. 5. Использование фона



Рис. 7. Ориентация текста на поле надписи-апеллятива



Рис. 6. Использование цвета

Наконец, в графическом оформлении вербальной составляющей публичных надписей-апеллятивов широко используется цвет. Как правило, предпочтение отдается выделению основного текста красным цветом. Например, администрацией Берлина была разработана целая серия надписей-апеллятивов, первая часть которых была оформлена в черном цвете, а вторая в красном:

- (9) *Liberté, Egalité, Charité? Lieber Abstand halten.* — «Liberté, Egalité, Charité? Лучше соблюдать дистанцию» (рис. 8).
- (10) *Berliner: tragt, was ihr wollt. Hauptsache Maske.* — «Берлинцы, носите, что хотите. Главное — маску».
- (11) *Nicht rumgurken. Maske vor die Rübe.* — «Хватит разъезжать. Маску на репу».
- (12) *Berliner: haltet zusammen. Und die Corona-Regeln ein.* — «Берлинцы, держитесь вместе. И правил при короне» (рис. 9).



Рис. 8. Использование цвета



Рис. 9. Использование цвета



Рис. 10. Использование цвета



Рис. 11. Использование цвета



Рис. 12. Использование цвета



Рис. 13. Использование цвета

Кстати, в ряде примеров красный цвет использован не в той части сообщения, в которой содержится, собственно, побуждение или требование, а для оформления благодарности за следование правилам. Вероятно, авторы надписей хотели таким образом усилить воздействие на адресата: (13) *Bitte Abstand von 1,5 m einhalten! Danke fürs Mitmachen!* — «Пожалуйста, соблюдайте дистанцию 1,5 м! Спасибо за содействие!» (рис. 10, 11).

Красный цвет ассоциируется, как правило, с запретом, а зеленый — с разрешением, это часто используется в надписях-апеллятивах с рисунками, о роли которых речь пойдет ниже:

(14) *Mund-Nasenschutz-Pflicht in der Filiale und auf dem Parkplatz.* — «Обязательное ношение защиты рта и носа в филиале и на парковке» (иконка, изображающая правильно надетую маску, отмеченная зеленой галочкой; иконка, изображающая не прикрывающую нос маску, отмеченная красным крестиком) (рис. 12);

(15) (отмеченное красным крестиком иконическое изображение касающихся друг друга людей и отмеченное зеленой галочкой соблюдение дистанции в 1,5 м) *Bitte Abstand halten!* — «Пожалуйста, соблюдайте дистанцию» (рис. 13).

Безусловно, все отмеченные средства креолизации текста могут быть задействованы параллельно, например:

(16) (иконки с изображением требуемой дистанции и маски, заключенные в зеленое облачко текста) *BITTE NUR MIT ABSTAND UND GESICHTSMASKE! Diese Bedeckung kann ein klinischer oder ein textiler Nase-Mund-Schutz sein. Ein Schal oder ein Tuch sind auch möglich. Bitte beachten Sie die mindestens 1,5-Meter-Abstandsregel. Dies schützt uns alle. Vielen Dank. Ihre Teams der Partner-Filialen und Paketshops der Deutschen Post. Deutsche Post. DHL.* — «ПОЖАЛУЙСТА, ТОЛЬКО СОБЛЮДАЯ ДИСТАНЦИЮ И В МАСКЕ! Рот может быть закрыт клинической или текстильной маской. Шарф или платок тоже возможны. Пожалуйста, учтите правило соблюдения дистанции минимум 1,5 метра. Это защищает нас всех. Большое спасибо. Ваши команды партнеров-филиалов и пунктов выдачи. Deutsche Post. DHL» (рис. 14).

Здесь использован шрифт разного размера, толщины и цвета, противопоставление красного и зеленого цвета, а в качестве фона выбран фирменный цвет Deutsche Post.



Рис. 14. Параллельное использование различных средств

### 2.1.2. Использование изображений

Изображения, используемые в публичных надписях-апеллятивах, представляют собой рисунки (иконические изображения) и фотографии. Иконические изображения схематичны. Зачастую это шаблонные элементы, известные адресату из опыта предыдущей коммуникации и, возможно, претерпевшие некоторые изменения в соответствии с актуальной тематикой надписи, например эмодзи (смайлики) с маской (рис. 15–17) или иные схематичные изображения людей (рис. 18–20), используемые, например, для иллюстрации соблюдения дистанции.

Нередко авторы надписей-апеллятивов стремятся уйти от общеизвестных «скучных» иконок и используют в той же функции схематизации вербального содержания более редкие рисунки (рис. 21).



Рис. 15. Использование ЭМОТИКОНОВ



Рис. 16. Использование ЭМОТИКОНОВ



Рис. 17. Использование ЭМОТИКОНОВ



Рис. 18. Использование схематических изображений людей



Рис. 19. Использование схематических изображений людей



Рис. 20. Использование схематических изображений людей



Рис. 21. Использование оригинальных изображений людей

Существует целый ряд публичных надписей-апеллятивов, посвященных соблюдению дистанции, в которых дистанция измеряется нестандартными единицами — пони: (17) *1,5 m Abstand = 1 Pony. Haltet, wo es geht, Abstand*; собаками: (18) *1,5 m Abstand = 3 Corgis. Haltet, wo es geht, Abstand*; дозаторами горчицы: (19) *1,5 m Abstand = 4 Roboter mit Senf*; вертелами для приготовления донеркебаба: (20) *1,5 m Abstand = 2 Dönerspieße* и т. д. Эти аппеллятивы содержат соответствующие схематичные изображения (рис. 22–25).



Рис. 22. Использование оригинальных мер расстояния



Рис. 23. Использование оригинальных мер расстояния



Рис. 24. Использование оригинальных мер расстояния



Рис. 25. Использование оригинальных мер расстояния

Кроме рисунков в публичных надписях-апеллятивах используются фотографии реальных людей. Основная интенция авторов подобных надписей — выразить ту самую идею «все вместе»: благодаря размещению на апеллятивах фотоизображений они перестают быть обезличенными. В отличие от российского опыта, когда в качестве образца зачастую выступают известные личности (например, серия плакатов «Звезды носят маски»), в Германии в подавляющем большинстве используются фотографии обычных людей, иногда с указанием их имен (рис. 26–29).



Рис. 26. Использование фотографий людей



Рис. 27. Использование фотографий людей



Рис. 28. Использование фотографий людей



Рис. 29. Определение тематики без вербальной экспликации

## 2.2. Взаимодействие между вербальными и невербальными составляющими в публичных надписях-апеллятивах

В связи с использованием вербальных и невербальных средств в креализованных текстах возникает вопрос, выполняют ли они ведущую или подчиненную роль, или же находятся в отношениях взаимного подчинения. Безусловно, невозможно передать одно и то же содержание вербальными и невербальными средствами абсолютно идентично. Как справедливо отмечает И. В. Вашунина, содержание креализованного текста не является простой суммой его компонентов. В основе продуктивной модели «соотношения информации изображения и информации вербального текста... лежат логические отношения перекрещивания, когда информация изображения частично дублирует информацию вербального текста и дополняет ее» [Вашунина 2009: 9]. На наш взгляд, вывод об однозначно доминирующей роли иконических компонентов в креализованных текстах, сделанный А. Л. Ломоносовой, не совсем корректно отражает отношения вербального и невербального в публичных надписях-апеллятивах, но совершенно справедливо ее утверждение о том, что «вербальные и иконические элементы начинают функционировать в едином семантическом пространстве, проникают друг в друга, что ведет к связности и новой целостности текста, а также к достижению определенного коммуникативного эффекта» [Ломоносова 2018: 420].

Иконическое изображение, как правило, понятно и без текста, тем не менее сопровождается им (эллиптическим или полным, с разной степенью подробности):

- (21) (иконка) *Wascht regelmäßig die Hände für mind. 20 Sekunden.* (иконка) *Haltet, wo es geht, 1,50 Meter Abstand.* (иконка) *Bedeckt Mund und Nase. Schützt eure Mitmenschen.* (иконка) *Niest oder hustet in den gebeugten Ellenbogen oder ins Papiertaschentuch.* (иконки) *Verzichtet auf Handschütteln und fasst euch möglichst nicht ins Gesicht. Gute Fahrt und bleibt gesund! Weil wir dich lieben. BVG* (видоизмененный логотип). — «(иконка) Регулярно мойте руки минимум 20 секунд. (иконка) Соблюдайте, где возможно, дистанцию в 1,50 метра. (иконка) Прикрывайте рот и нос. Защищайте ваших сограждан. (иконка) Чихайте или кашляйте в локоть или в одноразовый платок. (иконки) Откажитесь от рукопожатий и по возможности не дотрагивайтесь до своего лица. Хорошей

поездки, оставайтесь здоровыми! Потому что мы тебя любим. BVG (видоизмененный логотип)» (рис. 22).

- (22) *Zutritt nur mit Einkaufswagen und Mund-Nasen-Bedeckung!* (иконки) *Vorsicht steht uns allen gut. Danke fürs Mitmachen #wirundjetztfüralle Edeka* (логотип). — «Вход только с тележкой для покупок и в защитной маске! (иконки) Осторожность нам всем к лицу. Спасибо за содействие #мысейчасзавсех Edeka (логотип)» (рис. 17).
- (23) *Maskenpflicht.* — «Обязательное ношение маски» (иконка) (рис. 30).
- (24) *Tragepflicht* (иконка). *Wichtige Information: Auch bei uns gilt die Verpflichtung, eine medizinische Maske zu tragen. Alltagsmasken aus Stoff, Tücher, Schals und Ähnliches reichen nicht mehr aus. Postbank* (логотип). — «Обязательное ношение (иконка). Важная информация: и у нас действует требование носить медицинскую маску. Обычные маски из ткани, платки, шарфы уже недостаточны. Postbank (логотип)» (рис. 31).



Рис. 30. Комбинация иконического изображения и вербальной экспликации



Рис. 31. Комбинация иконического изображения и вербальной экспликации

В примерах (21) и (22) иконки полностью дублируются вербально, нижняя часть надписи-апеллятива, содержащая общий слоган (*Gute Fahrt und bleibt gesund! Vorsicht steht uns allen gut*), остается без невербального соответствия, а в персонафикации надписи используется соответствующий логотип. Если в примере (23) номинативное предложение понятно и без иконки (*Maskenpflicht*), то в при-

мере (24) его содержание проявляется только благодаря иконке ниже (*Tragepflicht* (Обязательное ношение) → *Was ist zu tragen?* (Что следует носить?) → иконка с изображением лица в маске), а далее мелким шрифтом дается подробное разъяснение.

Фотографии, как правило, используются в качестве иллюстраций к тексту:

(25) *Ich will wieder pumpen gehen. Dafür trag ich jetzt Maske. #FürMichFürUns.* — «Я снова хочу качаться. Для этого я ношу маску. #ДляМеняДляВсех» (рис. 26);

(26) *Ich will funktionierende Krankenhäuser. Dafür nutze ich jetzt die Corona-Warn-App. #FürMichFürUns.* — «Я хочу иметь функционирующие больницы. Для этого я использую приложение Corona-Warn-App. #ДляМеняДляВсех» (рис. 27).

Однако наличие, например, маски на лице сфотографированного человека сразу делает понятным тематику публичной надписи-апеллятива и не требует дополнительных эксплицитных разъяснений: (27) *Daniel, Bäckermeister (foto) #wirschützenGERA* — «Даниэль, хлебопёк (*foto*) #мызащищаемGERA» (рис. 29). На вербальном уровне в примере (27) не эксплицируется требование ношения маски, оно находит выражение лишь через фотоизображение и графическое оформление хэштега (буквы G и E объединены одной поперечной линией, читаемой во фразе как тире, а перекладина буквы A оформлена как маска, таким образом, хэштег может быть прочитан как «мы защищаем — (*маска*)»). Подобное использование супра- и топографических элементов, кардинально меняющее прочтение текста, отмечалось и выше (см. примеры (4), (5)). Фотоизображение может также использоваться для поддержки языковой игры в вербальной составляющей. Например, серия апеллятивов с хэштегом *#ärmelhoch (Deutschland/Beyern/Sachsen/Schleswig-Holstein usw. krempelt die #ÄRMELHOCH)* с фотографиями людей, засучивающих рукава (рис. 28), иллюстрирует языковую игру: «засучить рукава» в значении «приступить к решению какой-то проблемы» или «подготовить руку для вакцинации».

### 3. Выводы

Анализ публичных надписей-апеллятивов как креолизованных текстов позволяет сделать вывод о том, что основными функция-

ми невербальных составляющих являются привлечение внимания адресата (соответственно, усиление адресованности и вокативности аппеллятивов) и активное воздействие на его посткоммуникативное поведение (соответственно, усиление побудительности аппеллятивов). За счет невербальных средств достигается экономия усилий и ресурсов. При всем принципиальном сходстве восприятия вербальных и невербальных компонентов изображение воспринимается адресатом как готовый целостный образ. На коммуникативный опыт, приобретенный ранее (например, использование иконок, смайликов, символическое значение цвета и т. д.), накладывается осознание актуальной ситуации — пандемии коронавируса, поэтому любое изображение маски прочитывается адресатом как требование ношения маски в рамках мер по предотвращению распространения коронавируса, засученный рукав — как необходимость вакцинации от коронавируса и т. д. То есть экономятся не только усилия и ресурсы автора надписи, но и усилия адресата, причем это происходит при использовании любых изобразительных средств креолизации текста: не только иконки, но и выделение шрифтом или цветом «упрощают» прочтение надписи-аппеллятива, а значит, способствуют усилению воздействия на адресата.

Таким образом, в публичных надписях-аппеллятивах встречается как параллельное (синонимическое) употребление вербальных и невербальных компонентов, при котором сложно определить, какой составляющей отводится ведущая роль (с одной стороны, наибольшей полнотой характеризуется вербальная составляющая, но, с другой стороны, именно невербальные элементы прочитываются адресатом раньше), так и отношения взаимного проникновения (когда вербальные и невербальные компоненты могут быть правильно поняты лишь в их тесном взаимодействии).

### Литература

1. Анисимова Е. Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) // Вопросы языкознания. 1992. № 1. С. 71–78.
2. Баранов А. Н., Паршин П. Б. О метаязыке описания визуализаций текста // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. 2018. Т. 17, № 3. С. 6–15.
3. Вашунина И. В. Взаимовлияние вербальных и невербальных (иконических) составляющих при восприятии креолизованного текста: автореф. ... д-ра филол. наук. М.: Ин-т языкознания РАН, 2009. 42 с.

4. *Волоскович А. М.* Когнитивные и семиотические аспекты взаимодействия компонентов полимодального текста: автореф. ... канд. филол. наук. М.: Моск. гос. лингв. ун-т, 2012. 26 с.
5. *Губина Е. А.* Между текстом и изображением: вербально-пикторальные гибриды как особое лингвосомиотическое явление. Ростов н/Д, Таганрог: Изд-во Южного федерального университета, 2019. 184 с.
6. *Ейгер Г. В., Юхт В. Л.* К построению типологии текстов // Лингвистика текста: материалы научной конференции. Ч. 1. М., Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. М. Тореза. 1974. С. 103–109.
7. *Кибрик А. А.* Мультимодальная лингвистика // Когнитивные исследования. Вып. 4. М.: Институт психологии РАН, 2010. С. 134–152.
8. *Комлева Е. В.* Апеллятивность в языке и речи (на материале современного немецкого языка) // Вестник Ленинградского гос. ун-та им. А. С. Пушкина. 2008. № 5 (19) С. 152–164.
9. *Комлева Е. В.* Апеллятивность и текст (на материале современного немецкого языка). СПб.: Реноме, 2014. 354 с.
10. *Ломоносова А. Л.* Социокультурный аспект креолизованных текстов // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 18 (816). С. 417–425.
11. *Некрасова Е. Д.* К вопросу о восприятии полимодальных текстов // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 378. С. 45–48.
12. *Руберт И. Б.* Становление и развитие английских регулятивных текстов. СПб.: Образование, 1995. 210 с.
13. *Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф.* Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия: сб. статей / АН СССР, Ин-т языкознания, отв. ред. Р. Г. Котов. М.: Наука, 1990. С. 180–186.
14. *Große F.* Grundbegriffe und Methoden der linguistischen Bildanalyse in Text und Diskursumgebungen. Frankfurt am Main, Berlin u. a.: Peter Lang, 2011. 304 S.
15. *Fehse B.* Metaphern in Text-Bild-Gefügen. Sprachliche und kognitive Metaphorik. Visuelle Metaphorik. Zeitmetaphern in der Anzeigenwerbung und der Gegenwartskunst. Duisburg: Universitätsverlag Rhein-Ruhr, 2017. 870 S.

## References

1. Anisimova E. E. Paralinguistics and text (on the problem of crealized and hybrid texts). *Voprosy iazykoznaviia*, 1992, no. 1, pp. 71–78. (In Russian)
2. Baranov A. N., Parshin P. B. On the metalanguage for describing text visualizations. *Vestnik VolGU. Serii 2: Iazykoznavie*, 2018, vol. 17, no. 3, pp. 6–15. (In Russian)
3. Eiger G. V., Yukht V. L. On the construction of a typology of texts. *Lingvistika teksta: materialy nauchnoi konferentsii*, vol. 1, Moscow, Mosk. gos. ped. in-t inostr. iaz. im. M. Toreza Publ., 1974, pp. 103–109. (In Russian)

4. Fehse B. *Metaphern in Text-Bild-Gefügen. Sprachliche und kognitive Metaphorik. Visuelle Metaphorik. Zeitmetaphern in der Anzeigenwerbung und der Gegenwartskunst*. Duisburg, Universitätsverlag Rhein-Ruhr, 2017, 870 S.
5. Große F. *Grundbegriffe und Methoden der linguistischen Bildanalyse in Text und Diskursumgebungen*. Frankfurt am Main, Berlin u. a., Peter Lang, 2011, 304 S.
6. Gubina E. A. *Between text and image: verbal-pictorial hybrids as a special linguo-semiotic phenomenon*. Rostov-on-Don, Taganrog, Izd-vo Iuzhnogo federal'nogo universiteta Publ., 2019, 184 p. (In Russian)
7. Kibrik A. A. Multimodal Linguistics. *Kognitivnye issledovaniia*, vol. 4. Moscow, Institut psikhologii RAN Publ., 2010, pp. 134–152. (In Russian)
8. Komleva E. V. *Appellativeness and text (on the material of the modern German language)*. St Petersburg, Renome Publ., 2014, 354 p. (In Russian)
9. Komleva E. V. Appellativeness in language and speech (on the material of the modern German language). *Vestnik Leningradskogo gos. un-ta im. A. S. Pushkina*, 2008, no. 5 (19), pp. 152–164. (In Russian)
10. Lomonosova A. L. Sociocultural aspect of creolized texts. *Vestnik MGLU. Gumanitarnye nauki*, 2018, vol. 18 (816), pp. 417–425. (In Russian)
11. Nekrasova E. D. On the issue of the perception of polymodal texts. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2014, no. 378, pp. 45–48. (In Russian)
12. Rubert I. B. *Formation and development of English regulatory texts*. St Petersburg, Obrazovanie Publ., 1995, 210 p. (In Russian)
13. Sorokin Y. A., Tarasov E. F. Creolized texts and their communicative function. *Optimizatsiia rechevogo vozdeistviia: sb. statei*, ed. by R. G. Kotov. Moscow, Nauka Publ., 1990, pp. 180–186. (In Russian)
14. Vashunina I. B. *Mutual influence of verbal and non-verbal (iconic) components in the perception of a creolized text*. Diss. abstract. Moscow, In-iazykoznaniiia RAN Publ., 2009, 42 p. (In Russian)
15. Voloskovich A. M. *Cognitive and semiotic aspects of the interaction of the components of a polymodal text*. Moscow, Mosk. gos. lingv. un-t Publ., 2012, 26 p. (In Russian)

---

**Бирр-Цуркан Лилия Федоровна**

доцент кафедры немецкой филологии СПбГУ, кандидат филологических наук  
Адрес: Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

**Lilia F. Birr-Tsurkan**

Associate Professor of German Philology Department, St Petersburg State University,  
Candidate of Philological Sciences  
Address: 7–9, Universitetskaya nab., St Petersburg, 199034, Russian Federation

E-mail: l.birr-tsurkan@spbu.ru

Статья поступила в редакцию 18 января 2022 г.  
Принята к публикации 26 апреля 2022 г.