

Таким образом, использование графических органайзеров на уроках иностранного языка способствует формированию самостоятельной познавательной деятельности учащегося, включающей в себя элементы логической, методологической, общеучебной деятельности, соотнесенной с реальными познаваемыми объектами, т.е. органайзеры способствуют формированию познавательной компетенции у учащихся.

ЛИТЕРАТУРА

1. Хуторской А.В. Ключевые компетенции как компонент личностно ориентированной парадигмы образования / А.В. Хуторской // Народное образование. – 2003. – № 2. – С. 58-65.
2. <http://www.teachervision.fen.com/graphic-organizers/printable/>
3. <http://www.superteacherworksheets.com/graphic-organizers.html>
4. <http://www.eduplace.com/graphicorganizer/>
5. <http://www.studenthandouts.com/graphicorganizers.htm>
6. <http://freeology.com/graphicorg>

Трифонова А.В.

Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ В НЕМЕЦКИХ СМИ

В современной науке наблюдается активно возрастающий интерес к такому явлению, как «креолизованный текст». Это во многом обусловлено расширением круга изучаемых лингвистикой явлений, которые связаны с распространением и восприятием информации в современном обществе. В связи с этим справедливо высказывание лингвиста М.Б. Ворошиловой, в котором подчеркивается необходимость поиска и разработки новых методов изучения текста, важных для современного мира с его направленностью на «многоканальный способ представления информации» [2: 6].

Исследование креолизованных текстов является одним из наиболее значимых и вместе с тем наименее изученным направлением современной лингвистики, что, в свою очередь,

представляет значительные трудности при интерпретации так называемых «нетрадиционных» текстов.

Существует множество представлений о том, чем является креолизованный текст. Наиболее известно понятие, представленное учеными Ю.А. Сорокиным и Е.Ф. Тарасовым: креолизованные тексты – это «тексты, фактура которых состоит из двух и более негомогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык))» [4: 180-181].

Исходя из описаний, предложенных Л. Барденом, корреляции между вербальным и невербальным компонентами рассматриваются с точки зрения характера передаваемой информации. Таким образом, выделяются следующие типы корреляции:

- 1. Изображение (денотативно) + Слово (денотативно)**
 - 2. Изображение (денотативно) + Слово (коннотативно)**
 - 3. Изображение (коннотативно) + Слово (денотативно)**
 - 4. Изображение (коннотативно) + Слово (коннотативно)**
- [2: 32-33], [1: 12].

Рассматривая политические креолизованные тексты в контексте политического дискурса, введем определение политического текста: политический текст – это «законченное речевое произведение политической коммуникации, формой реализации которого является политический дискурс» [2: 80].

Рассмотрим такой жанр креолизованного политического текста, как политический плакат. Политический плакат: «это единичное произведение искусства, лаконичное, броское изображение с кратким текстом, выполненное в агитационных, рекламных или учебных целях» [3: 15]. Согласно данному, ставшему классическим, определению политического плаката, его основная задача – воздействие на широкую публику, побуждение к действию.

С помощью изобразительных средств политический плакат представляет адресату политические идеи, лозунги, и именно поэтому признается одной из наиболее эффективных форм политической агитации. Политический плакат – это креолизованный текст, направленный на увеличение прагматического потенциала, в нем политическая информация переводится на доступный для широких масс уровень [2: 88].

Как правило, выделяют два основных компонента политического плаката: визуальный и вербальный. Основное пространство политических плакатов обычно занимает невербальная часть (изображение). Предполагается, что зритель в первую очередь обращает внимание на невербальный элемент и лишь затем на вербальный (текст) [2: 90].

Визуальный компонент в политических креолизованных текстах имеет ряд функций:

- **Аттрактивная функция.** Изображение привлекает внимание адресата, вызывает его на коммуникативный контакт.
- **Информативная функция.** Изображение доносит до адресата определенную информацию.
- **Экспрессивная функция.** Изображение выражает чувства адресанта и воздействует на эмоции адресата.
- **Символическая функция.** Изображение выражает абстрактные идеи и понятия с помощью наглядных образов.
- **Аргументирующая функция.** Изображение является наглядным аргументом в поддержку вербальной части плаката.
- **Эвфемистическая функция.** Изображение передает информацию, которая не может быть вербализована.
- **Функция создания имиджа.** Изображение и вербальная часть плаката создают образ политического деятеля. Для создания такого плаката используется фото политического деятеля, чтобы подчеркнуть какие-либо черты его характера (решительность, простота, сила воли и т.п.) и вызвать уверенность в правильности своего выбора у избирателей.
- **Характерологическая функция.** Изображение в совокупности с вербальными средствами создает определенный колорит (территориальный, национальный, временной) плаката.

Перечисленные функции визуального компонента находятся во взаимодействии друг с другом и участвуют в реализации коммуникативных задач политического текста [1: 51-59].

К основным функциям вербального компонента (подписи) политического плаката относятся:

1. **Номинативная функция.** Подпись называет изображение (предметы, явления, находящиеся на нем).

- 2. Информативная функция.** Подпись – носитель определенной информации.
- 3. Дейкитическая функция.** Подпись указывает на изображение.
- 4. Когерентная функция.** С помощью функции достигается связность креолизованного текста. Другими словами, подпись связывает изображение с основным текстом.
- 5. Интегративная функция.** Через подпись осуществляется взаимодействие между вербальным и визуальным элементами [1: 67-73].

Успешный политический плакат должен бросаться в глаза и быть понятен публике с первого взгляда, поэтому основная задача плакатиستا – создать такой текст, который был бы направлен на то, чтобы кратко и четко передать основную мысль.

В результате анализа структурно-функциональных характеристик немецких предвыборных политических плакатов (Христианского демократического союза и Социал-Демократической партии Германии от 2013 года) было установлено, что большинству политических плакатов присуще отношение взаимосвязи компонентов: комментарий определяет интерпретацию невербальной части, выполняет основную функцию, без него невербальная часть информации неясна. Можно заключить, что данный тип взаимосвязи характерен для проанализированных политических креолизованных текстов.

В ходе исследования также было выявлено, что для большинства проанализированных политических плакатов характерен такой тип корреляции элементов, в котором изображение выступает в качестве «поддержки» вербального элемента, а вербальному элементу отводится главенствующая роль.

По лингвопрагматическому потенциалу все проанализированные тексты схожи: целью речевого акта является привлечение избирателей, но для реализации данной цели используются разные способы.

Так, плакаты стремятся кратко и четко сформулировать информацию в вербальной части для броскости и ясности заключенного в них смысла.

Кроме того, все плакаты направлены исключительно на граждан ФРГ, на массового адресата внутри одной страны, так как именно среди них находятся потенциальные избиратели.

Также плакатчики используют определенные языковые единицы, наполняя их скрытым смыслом, настраивая зрителя на нужный ход мысли: использование определительного местоимения «каждый», личных местоимений «мы» и «Вы» еще больше усиливают смысл предложения: кандидат, с одной стороны, словно обращается с плаката, а с другой – объединяет себя с избирателями, показывает, что он близок к проблемам общества и потому сможет понять обычных граждан. Или же употребление модального глагола «sollen», который наполнен эмоциональной окраской сильного долженствования, установки на безукоризненное исполнение обещания: „Deutschland ist stark. Und soll es bleiben“. Интересна игра слов на одном из предвыборных плакатов Ангелы Меркель. На изображении мы видим знаменитый жест канцлера, а на подписи рядом читаем – «Будущее Германии в надежных руках».

Кроме того, в качестве слогана используется описательная функция прилагательных: оба прилагательных несут положительный смысл: «совместный», «успешный». С точки зрения строения предложения, в слогане отсутствуют подлежащее и сказуемое, то есть применяется такое прием, как эллипсис – не существенные для смысла предложения слова выпущены и оставлены лишь наиболее значимые – «вместе», «успешный».

Особый интерес для анализа представляют предвыборные плакаты Социал-демократической партии Германии, на которых изображен кандидат от другой политической партии, а именно Ангела Меркель (Христианский демократический союз). На изображениях мы видим госпожу Меркель не в самых удачных, скорее даже, в весьма комичных ракурсах. Озадаченный зритель ищет объяснение в вербальной части плаката, в которой ему в подспудной форме делается намек на несостоятельность кандидатуры Ангелы Меркель и ее партии, а также виден призыв к «выбору перемен».

Среди визуальных функций особое распространение получили функции создания имиджа, экспрессивная, аттрактивная, информативная, аргументирующая; символическая встречается значительно реже.

Можно сделать вывод, что большинство плакатов направлены именно на создание имиджа политического деятеля (в нашем

случае Ангелы Меркель или Пеера Штайнбрюка). Что касается «разоблачающих» плакатов Социал-демократической партии, то на двух из них мы видим функцию «разрушения имиджа» противника. Социал-демократы стремятся дискредитировать соперника. Хотя подобные плакаты и представляют интерес для анализа, избирателям они предлагаются в виде некоторой загадки, что мешает ясности доносимой информации.

Также на всех плакатах мы видим, что изображения выполняют экспрессивную функцию, то есть вызывают у адресата эмоции (дискредитирующие плакаты социал-демократов), создают в его сознании некоторые ассоциации (изображение жеста Ангелы Меркель), вызывают его на диалог («Выбор в Ваших руках»). Кроме того, почти на всех плакатах визуальная и вербальная части связаны между собой с помощью аргументирующей и информирующей функций изображения.

Вербальные элементы выполняют номинативную, информативную и дейктическую функции. Следовательно, больше половины плакатов информируют зрителя о каком-либо аспекте предвыборной кампании партии или служат для призыва выбора той или иной партии.

Таким образом, политические креолизованные тексты представляют собой унифицированную поликодовую структуру, обладающую рядом доминантных функций:

- функция создания имиджа;
- экспрессивная функция;
- аттрактивная функция;
- информативная функция;
- аргументирующая функция;
- номинативная функция;
- дейктическая функция.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. - М.: Издательский центр «Академия», 2003. - 128 с.
2. Ворошилова М.Б. Политический креолизованный текст: ключи

- к прочтению: моногр. - Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 2013. - 194 с.
3. Демосфенова Г.Л. Советский политический плакат. - М.: Искусство, 1962. - 443 с.
 4. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. - М., 1990.
 5. Design Tagebuch. Die Plakate zur Bundestagswahl 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.designtagebuch.de/die-plakate-zurbundestagswahl-2013-teil-2/> (дата обращения: 20.04.2017).

Трусова Л.Э.

Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ АННОТАЦИЙ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ В ГЕРМАНИИ И РОССИИ

В данной статье рассматривается функционирование фармацевтических терминов в текстах аннотаций лекарственных средств.

В современном научном мире почти невозможно правильно использовать термины и, следовательно, решать профессиональные задачи на международном уровне без должной подготовки и грамотного использования терминологии. В медицинской сфере существуют сотни тысяч профессиональных обозначений. Сюда причисляют названия медикаментов, обозначения органов и частей тела, функций органов и наименования болезней.

В последние десятилетия вопросы терминологии являются предметом пристального внимания лингвистов. В свете этого интереса необходимость четкого и однозначного определения понятия «термин» приобретает особое значение. Термин, являясь одной из языковых универсалий, трудно поддается дефинированию. Большинство терминологов дефинирует терминологию как совокупность слов и словосочетаний, используемых специалистами для эффективной профессиональной коммуникации, а термины