

УДК 81'42:81'27 (575.2) (04)

ВИЗУАЛЬНЫЙ ТЕКСТ, КАК ЯВЛЕНИЕ СОЦИОЛИНГВИСТИКИ

Ж.К. Хусаинова – аспирант

Here visual text is considered from the point of view of sociolinguistic researches. It is difficult to regard visual text as an object of sociolinguistic analysis because it is grounded on a fact that a visual text is both a static and a dynamic communicative environment, artificially reconstituted and confined by space of visual text.

Способность визуальных текстов формировать стереотипы и создавать мифических героев имеет немаловажное значение в распространении какой-либо формы существования естественного языка. «Системы регулярных и взаимосвязанных вариантов реализации языковых возможностей образуют формы существования языка, т.е. достаточные для коммуникации варианты языка, используемые в том или ином социуме (народе, этнографической общности, социальной или профессиональной группе говорящих)¹. Формы существования языка различаются составом языковых средств, социальным статусом, нормированием.

Кинотексты создают иллюзию реальной жизни, так как события, происходящие в кинопространстве, проецируются и ассоциируются с ситуациями из реальной жизни. Соответственно, есть основание предположить, что кинотексты имеют способность вносить коррективы в языковую ситуацию. А.Д. Швейцер определяет языковую ситуацию «как модель социально-функционального распределения и иерархии социально-коммуникативных систем и подсистем, сосуществующих и взаимодействующих в пределах данного политико-административного объединения и культурного ареала в тот или иной период, а также социальных установок, которых придерживаются в

отношении этих систем и подсистем члены соответствующих языковых и речевых коллективов². Безусловно, в кинотекстах не может быть представлено все многообразие и сложность языковых ситуаций, однако кинотексты способны воссоздать коммуникативную среду, под которой понимают этносоциоязыковую общность на определенной территории, имеющую регулярные коммуникативные связи, при этом коммуникативная среда может включать в себя несколько социальных групп. Так, «Жмурки» А. Балабанова (2005 г.)³ воспроизводят коммуникативную среду криминальных структур, фильм Э. Рязанова «Жестокый романс» (1984 г.)⁴ – коммуникативную среду купечества XIX в. Свойства визуального языка кинотекстов способны влиять и в какой-то мере изменять социальное поведение, а также оказывать влияние на пересмотрение социальных установок в отношении социально-коммуникативных систем и подсистем членами языковых и речевых коллективов.

¹ Мечковская Н.Б. Социальная лингвистика. – М.: Аспект Пресс, 1996. – С. 30.

² Швейцер А.Д. Современная социоллингвистика: Теория, проблемы, методы. – М.: Наука, 1977. – С. 133–134.

³ Жмурки. Реж. А. Балабанов. СТВ / Россия, 2005 (в ролях: Н. Михалков, А. Панин, Д. Дюжев).

⁴ Жестокый романс. Реж. Э. Рязанов. Мосфильм / СССР, 1984 (в ролях: Н. Михалков, А. Мягков, Л. Гузеева, А. Фрейдлих).

Повсеместное распространение визуальных текстов, в частности, кинотекстов, в обществе содействует стандартизации мышления и восприятия. «Каждый из нас воспринимает вещи, как многие другие, как некоторые другие, как никто другой. Система координат, определяющая наше восприятие, частично состоит из коллективных верований и установок. Более того, мы склонны думать и действовать, как члены определенной культуры, к которой мы принадлежим. То, как западный человек воспринимает “желтого” человека, свойственно почти всем жителям западных стран, хотя каждый из нас может иметь свое собственное представление, вносящее некоторые нюансы в коллективный образ»¹.

Вопрос возможности рассматривания коммуникативной среды в визуальном тексте является сам по себе достаточно спорным, если исходить из самого определения понятия коммуникативной среды. “Коммуникативная среда есть исторически сложившаяся этносоциально языковая общность, обладающая относительно устойчивыми и регулярными коммуникативными связями и реальной территориальной очерченностью”². С одной стороны, в кинотексте не может быть в полной мере представлена этносоциально языковая общность со всей сложностью и многообразием компонентов коммуникативной среды, имеющей регулярные и в то же время постоянно обновляющиеся и динамично развивающиеся, меняющиеся коммуникативные связи. Но с другой стороны, кинотексты способны воссоздать определенную коммуникативную среду с ее отличительными особенностями, которые складываются из конкретных ситуаций. Как отмечает А.А. Орусбаев “следует, однако, учесть, что не все ситуации, формирующие ту или иную коммуникативную среду, оказываются в одинаковой мере релевантными для це-

лей социолингвистической характеристики коммуникативной среды. Согласно пониманию коммуникативной среды как многосоставного (полиморфного) образования, находящегося в состоянии подвижного (динамического) равновесия, социолингвистически существенными выступают три аспекта: этнический аспект, характеризующий совокупность этнических коллективов со всеми их социокультурными ценностями; языковой аспект, проясняющий жизнь языков в их совокупности; коммуникативный аспект, описывающий совокупность условий и сфер применения языков. По мнению исследователей, непосредственным объектом социолингвистического анализа являются, однако, ситуации, в совокупности образующие социолингвистическое состояние. Социолингвистическое состояние предстает, таким образом, функцией этнической, языковой и коммуникативной ситуаций, детерминированных внешними социальными (экстралингвистическими) факторами”³. Сложность рассмотрения визуальных текстов в качестве объекта социолингвистического анализа состоит в том, что визуальные тексты представляют статичную и динамичную одновременно коммуникативную среду, искусственно воссозданную и ограниченную пространством визуального текста. Внутри визуального текста мы можем наблюдать динамику развития и существования социолингвистического состояния вместе с просмотром визуального текста на экране, но данная динамика происходит только в рамках визуального текста. Визуальные тексты, благодаря выразительным средствам визуального языка, обладают высокой степенью достоверности показываемого на экране, имитируя реалии действительности, что позволяет оказывать различное воздействие на разные социальные слои. В данное воздействие входит и влияние на распространение того или иного варианта существования языка среди определенных социальных групп.

¹ Робер М.-А., Тильман Ф. Психология индивида и группы. – М.: Прогресс, 1988. – С. 171.

² Орусбаев А.О. Русский язык как этнокоммуникативный компонент дву- и многоязычия в Кыргызстане. – Бишкек: КPCY, 2003. – С. 46.

³ Там же. – С. 46.