

Несмотря на то, что основная функция текстов прогноза погоды – информационная, их анализ показал, что данные тексты содержат эмоционально-оценочную и стилистически окрашенную лексику, хоть и в незначительных количествах, например, *feeling pleasantly warm; many central and southeastern areas will be fine; remaining showers will soon die away; British summers do tend to get 'stuck' in the pattern; potentially disruptive showers are likely; things are starting to feel much more summer-like with a dose of hot, humid weather; the week ahead doesn't look quite as lively; England will wake up to near unbroken sunshine; it will be a fine start to the day with wall to wall sunshine for many*. Использование эмоционально-оценочной и стилистически окрашенной лексики в текстах прогноза погоды можно объяснить тем, что одним из компонентов изученного нами ранее психолингвистического значения погоды, представляющего собой реально функционирующее в языковом сознании носителей языка, значение, является отношение говорящего к реалиям действительности, а именно одобрение или неодобрение, желание, поощрение и т.п.

Эмоционально-оценочная и стилистически окрашенная лексика используется авторами для того, чтобы ассоциации, возникающие у читателя при восприятии текста, соответствовали той информации, которую хочет донести автор. Автор привносит черты аналитизма в информационный по своей природе жанр, передает не только сообщение объективной информации, предоставленной синоптиками, но и наслаивает субъективную информацию. Такое решение характеризуется установкой автора на коммуникативность, на диалогичность по отношению к читателю, и быстрее воспринимается читателем. Выразив свое отношение к погодному явлению, автор пытается сформировать подобное отношение у читателя.

Выделение прагматической направленности текстов прогноза погоды является возможным за счет как проявление отношения человека к единицам языка, а через них и к самим обозначаемым ими предметам и понятиям. Объектом наблюдения человека становятся прежде всего погодные явления, оцениваемые по признакам «хороший – плохой», так как человек не может оставаться безучастным к явлениям окружающей действительности, влияющим на его жизнедеятельность. В такой качественной оценке как основной психической реакции человека отражается субъективное и объективное представление о реалиях внешнего мира. Он выражен в большинстве случаев именами прилагательными и характеризует погодные явления с положительной или отрицательной стороны, а также может быть нейтральным.

Н. Н. Максименя

ПЕРЕКЛЮЧЕНИЕ КОДОВ В ВЕРБАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ТЕАТРАЛЬНЫХ АФИШ

В последнее время феномен переключения кодов привлекает внимание все большего числа исследователей. Под переключением кодов понимается использование единиц одного языка в рамках текста или предложения на другом языке.

С целью выявления особенностей вербальной составляющей театральных афиш было проанализировано 500 афиш театров Республики Беларусь. В ходе анализа были выявлены следующие закономерности.

Театральные афиши чаще всего создаются на одном из государственных языков – русском или белорусском. Это наблюдается в большинстве исследуемых афиш:

«Аднойчы ў вялізным горадзе». Спектакль на матывах апавядання Ф. М. Дастаеўскага «Хлопчык у Хрыста на ёлцы»;

Мікалай Гоголь. Рэвізор. Камедыя;

Раскрытие. Театральная игра по мотивам реальных историй;

Тектоника чувств. Мелодрама.

В некоторых афишах можно наблюдать переключение кодов с английского языка на один из государственных языков – русский или белорусский, и наоборот: с одного из государственных языков – на английский. Приведем следующие примеры:

Sex, любовь и налоги;

Marilyn Monroe. Поиграем в любовь?;

Piano Dance Concert. Классика & неоклассика;

Местачковае Cabaret;

Жарт to you. Канцэрт-капуснік;

Ясмiна Рэза. ART. Камедыя у адной дзеi;

Навагодняя вандроўка у Paris;

Максім Дасько. London;

Братишки. Bad boys. Типично английская черная комедия;

Балет Radio & Juliet. Quatro. Музыка Radiohead;

Английская рулетка (Double Double). Романтический триллер;

Обнадеживающая комедия. Ночь для женщин. Ladies' Night. Последний показ.

В одной театральной афише было замечено переключение кода с одного государственного языка на другой:

Мікітаў лапаць – рукамі не лапаць. Эстраднае шоу паводле п'есы М. Чарота выконваецца (выконваецца) на руско-беларускай «трасянке».

Невозможно не заметить, насколько популярным становится английский язык в театральных афишах постановок, которые будут воспроизводиться на белорусском или русском языках. В афишах также все чаще используются англицизмы. Что видно из следующих примеров.

Синема-шоу: песни любимого кино;

Шоу-спектакль комедия Контора. Слови хайп!;

Бiлет на брэсцкі цягнік. Тролінг у адной дзеi;

Новогодняя ночь в стиле Disco. Праздничное мюзик-шоу в 2-х отделениях.

Другие иностранные языки, помимо английского, можно также встретить в театральных афишах. Для них характерно использование оригинального названия пьесы, лежащей в основе постановки: не только на английском языке, но и на немецком, итальянском, польском, а также имени автора. Примерами могут служить следующие афиши.

Бертольд Брехт. Mann ist Mann;
Сценическая версия театра по пьесе Я. Гловацкого «Korciuszek» (Замарашка). Современная криминальная драма;
Viva Commedia! Рикардо Пунна;
Matteo Spiazzi. Пансион “Belvedere”.

В ряде афиш встречаются буквенные либо морфемные переключения. Приведем следующие примеры:

VII Открытый форум экспериментальных пластических театров Беларуси «ПлаСтформа-2019»;

Дед Мороз меняет профессию;

Обломoff;

Настоящий театральный капуста! Капуста по-russki. Ко дню театра;

Школа LOVEласов. Фантазия-фарс по пьесе Артура Шуляка «Школа ловеласов, или Дон Гуан поневоле».

Заслуживает внимания факт включения в текстовый компонент театральных афиш невербальных знаков и символов. Невербальные знаки, такие как хэштег, собака (@), доменное имя (.net, .ru), амперсанд (логограмма, заменяющая союз и) (&), используемые в основном в интернет-пространстве, также находят свое отражение и в театральных афишах. Приведем следующие примеры:

Блинд@ж;

Три поросенка & серый волк;

Границы.net;

Любовь, собак@.Точка.RU.

В ряде афиш Республиканского театра белорусской драматургии можно наблюдать переключение текстового кода на хэштег.

Дзмітрый Багаслаўскі. # Мабыць? Спектакль-даследванне;

Юлія Чарняўская. # Сіндром Медзі. Трагедыя;

Віктар Марціновіч. # Кар’ера доктара Рауса. Гістарычна недакладная трагікамедыя.

Более того, данный прием наблюдается и в слогане данного театра:

Рэспубліканскі Тэатр Беларускай Драматургіі # Сапраўдныя эмоцыі.

Очевидно, выбор подобных средств свидетельствует о том, что такие афиши призваны выполнять подкрепляющую функцию, в то время, когда основная реклама и продвижение события осуществляется в Интернете, афиша напоминает об этом участникам коммуникации и призывает использовать данный хэштег под фотографиями для увеличения количества своей аудитории.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время всеобщей глобализации во всех сферах коммуникации наблюдается многоязычность сообщений и переключение кодов с участием иностранных слов. Включение же невербальных знаков можно отнести к компьютеризации дискурсивных практик.