

УДК 37.02

***КРЕОЛИЗОВАННЫЙ ТЕКСТ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ  
ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ  
СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ***

***Крашенинникова А.Е.***

*старший преподаватель,*

*Красноярский государственный педагогический университет*

*им. В.П. Астафьева,*

*Красноярск, Россия*

**Аннотация:** В статье исследуется концепция креолизованного текста, включая его характеристики и компоненты. Автор обосновывает целесообразность применения современных креолизованных текстов как инновационного метода передачи и восприятия информации, способствующего развитию лингвистической компетенции у студентов в процессе изучения иностранного языка.

**Ключевые слова:** креолизованный текст, лингвистическая компетенция, рекламный текст, вербальная и невербальная коммуникация, интернет-мемы.

***CREOLIZED TEXT AS A MEANS OF DEVELOPING LINGUISTIC  
COMPETENCE OF NON-LINGUISTIC STUDENTS***

***Krashennnikova A.E.***

*senior teacher,*

*Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V.P. Astafiev,*

*Krasnoyarsk, Russia*

**Abstract:** The article explores the concept of a creolized text, including its characteristics and components. The author justifies the feasibility of using modern

creolized texts as an innovative method for transmitting and perceiving information, which contributes to the development of linguistic competence of students.

**Keywords:** creolized text, linguistic competence, advertising text, verbal and nonverbal communication, internet memes.

Проблема формирования лингвистической компетенции у студентов неязыковых специальностей высших учебных заведений представляет собой комплексную задачу, требующую учёта современных реалий. В условиях глобализации информационного пространства невозможно игнорировать влияние цифровых технологий и медиа-индустрии на образовательный процесс. Современное поколение, характеризующееся как "цифровое", активно использует электронные ресурсы для получения информации по различным тематическим направлениям. В качестве принципиально нового способа передачи и усвоения информации можно выделить креолизованные тексты. Поиск и разработка учебных материалов на основе поликодовых медиатекстов может стать инновационным компонентом содержания обучения иностранному языку.

Изучению различных аспектов креолизованных текстов посвятили свои работы многие отечественные исследователи: Байдавлетова А.Ю., Белякова И.М., Кольцова И.А., Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф., Хохловская О.Г. и др. Под креолизованным мы будем понимать текст, состоящий из вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык) частей, связанных на концептуальном, содержательном и композиционном уровнях и соотносящийся с существующей национально-культурной традицией. В качестве основных параметров креолизованного текста выделяют: содержательную сторону вербального текста; формальную сторону вербального текста, к которой относятся стиль текста и его лингвистические особенности; содержательную сторону

изображения; формальную сторону изображения, к которой относятся стиль изображения и его формальные особенности [2].

Иконические элементы, интегрированные в вербальный текст по смыслу и композиционно, представляют собой основу креолизованного текста. Вербальные и иконические элементы функционируют в едином семантическом пространстве, что ведет к целостности и связности текста, а значит, ускоряет понимание и восприятие текста. Таким образом, справедливо будет отметить, что креолизованные тексты это не только способ выражения смысловой организации текста, но и, информации об иноязычной социокультурной среде, отражающей национальную культуру, культурные ценности. Интерпретация креолизованных текстов представляет значительные трудности, так как предполагает наличие знания культуры, национальных особенностей [1].

Огромным лингвострановедческим потенциалом обладают креолизованные рекламные тексты, так как они отражают социальную деятельность людей, а значит, являются источником информации о национально-культурной специфике народа. Кроме того, рекламные тексты несут культурно-ориентационную функцию, тем, что оказывают в той или иной степени культурное и социальное воздействие на общество, раскрывая и пропагандируя определенные ценности, нормы и жизненные установки [3].

Анализ креолизованных рекламных текстов последних лет показал, что в качестве иконических элементов часто встречаются изображения исторических предметов материальной культуры, исторических фигур и событий, также герои легенд и мифов. Отметим, что в креолизованных рекламных текстах часто используется символическая знаковая система, присущая обществу, характерная для данного народа, общности. Примером является логотип в рекламе авиакомпании Британские авиалинии. Несмотря на то, что логотип претерпевал изменения, неизменным оставались его цвета. В логотипе используются основные цвета британского флага - красный и синий, как

отражение британского консерватизма, важности ценить свои традиции, государственную власть и флаг как ее символ [5].

Справедливо отметить, что не только невербальная составляющая креолизированного текста несет в себе социокультурную информацию, но и вербальная составляющая. Рекламный текст, как пример креолизированного текста, является примером эффективного использования языковых средств. В креолизированных рекламных текстах часто цитируются или перефразируются афоризмы, идиомы, идиоматические и крылатые выражения, используются цитаты из литературных произведений. Так, в рекламе уникального вкуса мороженого Howard Johnson используется слоган «доброта старых добрых дней \ good old days goodness», основанный на идиоматическом выражении «старые добрые времена \ the Good Old Days». Еще одним примером является рекламный текст американской компании Burger King Corporation. Для описания вкуса своего нового бургера в рекламном тексте используется идиома «blow your mind away», которая означает «поразить, взволновать». Реклама же корма для собак (Pedigree) сопровождается идиомой в виде вопроса «who said you can't flog a dead horse?»[6].

Рекламный текст также дает важную информацию о системе ценностных ориентаций общества. Так, в рекламном тексте автомобиля «Land Rover», автомобиль сравнивается с домом у моря, подчеркивая его красоту, удобство и надежность, тем самым отражая приоритетные ценности в американском обществе.

Еще одним примером креолизированного текста являются мемы, демотиваторы, стикеры, относящиеся к средствам интернет-коммуникации. Следует отметить, что новые формы общения не всегда положительно и конструктивно влияют на язык, так как часто содержат нарушения языковой нормы. Однако подобного рода тексты, являясь неотъемлемой частью нашей жизни, представляют собой обширный источник информации, используемой преподавателями в процессе обучения иностранному языку.

Так, интернет-мемы вызывают большой интерес, как у студентов, так и у преподавателей. К основным характеристикам интернет-мемов можно отнести многообразие форм представления информации, культурная специфика, большая эмоциональная составляющая, безграничная широта тематики, языковая игра как основной лингвокреативный прием. Как следствие, интернет-мемы обладают хорошим потенциалом для овладения иноязычной лексикой, расширения словарного запаса, ознакомления со способами словообразования. Интернет-мемы можно также использовать как способ профилактики ошибок в употреблении лексического и грамматического материала. Некоторые интернет-мемы умышленно содержат грамматические и лексические ошибки, которые можно предложить студентам найти и исправить [4].

Кроме готовых креолизованных текстов, включенных в учебник иностранного языка, педагог может обратиться к ряду современных компьютерных программ, позволяющих быстро найти невербальную составляющую, то есть изображение, и дополнить его вербальным компонентом, соответствующим поставленным целям и задачам.

В заключении отметим, что современные креолизованные тексты имеют значительный методический потенциал и могут способствовать улучшению уровня лингвистической компетентности студентов неязыковых специальностей, поскольку они позитивно влияют на когнитивные процессы восприятия и усвоения информации.

#### **Библиографический список:**

1. Креолизованный текст: Смысловое восприятие. Коллективная монография /Отв. ред. И.В. Вашунина. Ред. колл.:Е.Ф. Тарасов, А.А. Нистратов, М.О. Матвеев. – М.: Институт языкознания РАН, 2020. – 206 с.
2. Ломоносова А.Л. Социокультурный аспект креолизованных текстов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. №18 (816). [Электронный ресурс]. — Режим

доступа — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnyyu-aspekt-kreolizovannyh-tekstov> (дата обращения: 29.06.2024).

3. Пищерская Е.Н. Креолизованный текст как объект изучения в лингвистике // Litera. 2023. № 5. С.55-65. DOI: 10.25136/2409-8698.2023.5.40748 EDN: ZHKUAD [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=40748](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=40748)

4. Жарина Ольга Александровна, Гичева Анастасия Алексеевна Креолизованные тексты как средство формирования лингвистической компетенции у студентов неязыковых специальностей // Концепт. 2022. №5. [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreolizovannye-teksty-kak-sredstvo-formirovaniya-lingvisticheskoy-kompetentsii-u-studentov-neyazykovyh-spetsialnostey> (дата обращения: 03.12.2024).

5. Хомутская, Н. И. Креолизованный текст в межкультурной коммуникации / Н. И. Хомутская // Индоевропейские языки: общелингвистические и методологические аспекты: Материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 03 декабря 2021 года / Отв. редактор Е.П. Савченко. – Москва: Московский государственный областной университет, 2022. – С. 210-215.

6. May Salih Abu Joloud, The Use of Idioms in Advertisements. (2014). Journal of the College of Languages (JCL), 30, 220-239.

*Оригинальность 81%*