

«ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА В РЕКЛАМЕ»

Аннотация. В статье раскрываются особенности использования креолизованных текстов в рекламе. Анализируется креолизованный текст как семиотический, «поликодовый текст», синтез вербальных и иконических средств. Обоснована актуальность использования креолизованных текстов в современной зарубежной и отечественной рекламе. Анализируются примеры креолизованных текстов в рекламе, где использованы различные приемы креолизации. Делается вывод о необходимости использования безграничных возможностей включения креолизованного текста в современной рекламе.

Ключевые слова: креолизованный текст, реклама, рекламный текст, рекламный дискурс, поликодовость, креолизация текста, вербальные и иконические средства рекламы.

Abstract. The article describes the features of the use of creolized texts in advertising. The creolized text is analyzed as a semiotic, "polycode text" as a synthesis of verbal and symbolic means. The importance of using creolized texts in modern foreign and domestic advertising is justified. Examples of creolized texts in advertising, where various implementation techniques are used, are analyzed.

I came to the conclusion that in modern advertising it is necessary to use unlimited possibilities of including creolized text.

***Keywords:** creolized text, advertising, advertising text, advertising discourse, polycode, creolization of text, verbal and iconic means of advertising.*

Креолизованный текст является предметом исследования лингвистов, психологов, специалистов по связям с общественностью и рекламе. Это обосновано тем, что креолизованный текст – это уникальный лингвистический феномен, успешно используемый в рекламе. Вызывает интерес происхождение выражения: изначально термин «креолизованный» употреблялось в буквальном смысле – как средство общения в английских колониях, язык, возникший в результате взаимодействия английского и местных языков английских колоний. Метафорическое значение выражение «креолизованный текст» приобрело позднее, когда таким образом стали обозначать семиотический текст, представляющий собой «поликодовый текст», то есть текст, включающий знаки различной природы: языковые знаки и знаки других языков (формулы, нотные знаки, изображения и т.д.) [1, с. 17].

Прежде чем рассмотреть особенности использования креолизованного текста в рекламе, следует отметить, что текст рекламы - это совершенно особый текст, создание которого требует креативного мышления, понимания психологии восприятия потребителей и т.д. По выражению О. Хаксли, «легче написать десять сносных сонетов, нежели одно эффективное рекламное объявление» [1]. Рекламный текст – это, прежде всего, текст внушающий, суггестивный, поэтому к подбору словесного материала рекламного сообщения создатели рекламы относятся очень ответственно.

Эффектным приемом привлечения повышенного внимания к рекламному сообщению является креолизованный текст, на который возлагается двойная функция: он должен не только информировать, внушать эмоции посредством содержания слов, но и воздействовать на сознание потребителя изобразительными свойствами. Иными словами, креолизованный рекламный текст – это синтез вербальных и иконических средств. Более

правильно применять к креолизованному тексту в рекламе понятие «рекламный дискурс», так как оно гораздо шире, чем текст.

Среди отечественных авторов, которые исследовали проблему креолизации текста, можно выделить трех авторов: А.А. Бернацкую [2], М.В. Ворошилову [3], Е.Е. Анисимову [4].

Е.Е. Анисимова определяет креолизованный текст как особый лингвовизуальный феномен, сложное текстовое образование, в котором изобразительный и вербальный компоненты составляют единое функциональное, смысловое и визуальное целое, что обеспечивает комплексное воздействие на адресата [4, с. 148].

Использование креолизованного текста в рекламе имеет довольно длительную историю. Известны рекламные произведения с данным средством выразительности в начале прошлого века. Более того, в России креолизованный текст наблюдается в лубочной культуре, а ведь именно русский лубок можно с полным основанием назвать истоком отечественной рекламы [5]. Поликодовость лубочного текста отмечает Ю.М. Лотман в своей статье «Художественная природа русских народных картинок» [6].

В современной зарубежной и отечественной рекламе использование креолизованных текстов вновь стало очень актуально. По мнению А.В. Рыбаковой, это связано с клиповым мышлением нового поколения, особенностью человека воспринимать мир через яркие образы, видеоклипы, видеоролики [1, с. 19]. Это особенно ярко проявилось с повсеместным распространением Интернета - люди стремительно поглощают информацию, обращают внимание на цепляющие заголовки, яркие образы.

Креолизованный текст в рекламе воплощает в себе все то, что ищет современный потребитель: текст динамичен, привлекает внимание, вызывает ассоциации, внушает то, что в него заложено создателями рекламного сообщения.

Проанализируем несколько примеров рекламы, в которых использован креолизованный текст. При отборе материала мы руководствовались одним принципом – для исследования выбирали исключительно тексты с полной (не частичной) креолизацией. Это означает, что мы рассматриваем только такие тексты, в которых слово (вербальный компонент) тесно спаяны с иллюстративными средствами выразительности (изобразительный, иконический компонент).

Создатели рекламы используют множество графических приемов креолизации текстов. Самый простой способ: выделение особым шрифтом, цветом отдельных слов, увеличение или уменьшение объема слов. Так, в рекламе банка Уралсиб (см. рис. 2) используется довольно распространенный пример креолизации текста: визуальное увеличение текста, обозначающего что-то большое и значимое, и, напротив, по контрасту уменьшение размера шрифта слова или нескольких слов.

**БОЛЬШОЙ
КРЕДИТ**

для маааленькой
такой компании

Кредиты
для Малого Бизнеса

- ✓ честные ставки
- ✓ понятные требования
- ✓ гибкие залого

Кто-то говорит, что кредитовать – не время... А мы в УРАЛСИБЕ думаем иначе!
Именно сейчас эффективному малому бизнесу кредитная поддержка нужна как никогда.
Для успешного РОСТА и РАЗВИТИЯ.

Кредиты БИЗНЕС-РОСТ и БИЗНЕС-РАЗВИТИЕ от Банка «УРАЛСИБ».
До 15 миллионов рублей на срок до 3 лет.

Узнайте подробности у наших консультантов по телефону 8-495-723-77-77 в Москве,
8-800-200-55-20 по России (звонок бесплатный)

www.porarasti.ru

 **УРАЛСИБ** | БАНК

Рисунок 1 – Пример креолизованного текста в рекламе банка Уралсиб

В тексте «Большой кредит для мааленькой компании» слово «большой» выделено жирным шрифтом, оно располагается в верхнем участке рекламного модуля. Слово настолько большое, что даже превышает по размеру группу людей (потенциальных заёмщиков), изображенных под словом. Вторая часть рекламного текста «для мааленькой такой компании» в несколько раз меньше слов «большой кредит».

Кроме того, в данном рекламном произведении в структуру текста встроен еще и аудио-компонент – отсылка к известной песне «Большой секрет для маленькой, для маленькой такой компании», авторами которой являются Ю. Мориц и С. Никитин. Люди мысленно подкладывают текст рекламы под текст известной песенки.

Иногда текст рекламы превращается в оригинальный арт-объект. Например, в рекламе шоколадной коллекции Cadbury Crave британской компании по производству шоколада Cadbury, наименование коллекции (Crave – в переводе с английского языка означает «жаждет») создано из аппетитных шоколадных букв (см. рис.1), которые действительно хочется съесть.



Рисунок 2 – Пример креолизованного текста в рекламе шоколадной коллекции Cadbury Crave

В рекламе Сбербанка (см. рис.3) тексты, на которые возложена смысловая нагрузка, размещены в специальных выносках - «облачках», так наказываемых «спич-бабблах». Одно облачко с текстом и вопросительным знаком «Как сэкономить на платежах» исходит от изображенной на рекламном плакате девушки, а второе - ответ от банка «Начните оплачивать электроэнергию через Сбербанк» с восклицательным знаком.



Рисунок 3 – Пример креолизованного текста в рекламе Сбербанка

Креолизованный текст в данной рекламе играет коммуникативную роль: посредством размещения текста в спич-бабблах создается эффект диалога между потенциальными клиентами и специалистами банка.

Рассмотрим два примера рекламы, в которых текстовые печатные символы составляют изображение, то есть играют роль графических изобразительных элементов.

В рекламе шоколадного молока бельгийского бренда «Cocoa metro» (см. рис. 4) текст рекламного сообщения составляет контур бутылки. Шрифт текстовых знаков имеет молочный цвет, форма букв округленная и обтекаемая. Текст заключен в форму бутылки молока, а название бренда выполнено в форме этикетки.



Рисунок 4 – Пример креолизованного текста в рекламе шоколадного молока «Cocoa metro»

Довольно часто в рекламе текст используется для создания графического изображения. Так, к примеру, в рекламе, пропагандирующей необходимость профилактического медицинского обследования («The prevention plan», что в переводе на русский язык означает перевод «лан профилактики») множество слов составляют изображение огромного кита (см.

Использованные источники:

1. Рыбакова А.В. Креолизованный текст в современной российской рекламе // [Электронный ресурс] URL: <https://elib.sfukras.ru/handle/2311/26631> (дата обращения - 11.04.2022).
2. Бернацкая А.А. К проблеме креолизации текста: история и современное состояние // [Электронный ресурс] – URL: https://web.archive.org/web/20060212182900/http://library.krasu.ru/ft/ft/_articles/0070277.pdf (дата обращения - 11.04.2022).
3. Ворошилова М.В. Креолизованный текст: аспекты изучения // [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreolizovannyu-tekst-aspekty-izucheniya-1> (дата обращения - 11.04.2022).
4. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). – М.: АCADEMIA, 2003. – 128 с.
5. Кузнецова Е.А. Лубок как культурный текст // [Электронный ресурс] – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_27447332_56966226.pdf (дата обращения - 11.04.2022).
6. Лотман Ю.М. Художественная природа русских народных картинок // [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rulit.me/books/stati-po-semiotike-kultury-i-iskusstva-read-251588-70.html> (дата обращения: 11.04.2012).