

УДК 070.4:6553(476)(091)“1920/1930”+
+070:77.044(476)(091)“1920/1930”

UDC 070.4:6553(476)(091)“1920/1930”+
+070:77.044(476)(091)“1920/1930”

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ В БЕЛОРУССКОЙ ГАЗЕТНОЙ ПЕРИОДИКЕ 1920-х гг.

MAIN TYPES OF CREOLIZED TEXTS IN THE BELARUSIAN NEWSPAPER PERIODICS OF THE 1920s.

Е. А. Гуртовая,

кандидат филологических наук,
доцент кафедры периодической
печати и веб-журналистики БГУ

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-8906-1649>

E. Gurtovaya,

PhD (philology); associate professor
at the department of periodical press
and web journalism, faculty of journalism BSU

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-8906-1649>

Поступила в редакцию 17.09.2024.

Received on 17.09.2024.

Статья посвящена изучению креолизованных текстов в крупнейших белорусских газетах 1920-х гг. – «Звезда» (с 1927 г. – «Звязда»), «Рабочий», «Чырвоная змена». В результате выявления особенностей иконических и вербальных компонентов, а также функций креолизованных текстов установлены их основные виды: иллюстрированная статья, иллюстрированная заметка, карикатура, фотопубликация, тематическая полоса, инфографика, агитплакат («агитка»), визуальная задача, рекламное объявление. Определена специфика использования фотографии как невербального компонента креолизованных текстов в данный период, выявлены первые жанры фотожурналистики. Обосновано положение, что на видовое своеобразие креолизованных текстов в газетной периодике оказали влияние идеологические и технологические факторы. *Ключевые слова:* белорусская периодика, газета, креолизованный текст, периодическая печать, рисунок, фотография.

The article is devoted to the study of creolized texts in the newspapers “Zvezda” (since 1927 “Zvyazda”), “Rabochy”, “Chyrvonaya Zmena” – the largest Belarusian newspapers of the 1920s. As a result of identifying the features of iconic and verbal components, as well as the functions of creolized texts, their main types were established: illustrated article, illustrated note, caricature, photo publication, thematic page, infographics, propaganda poster (“agitka”), visual task, advertisement. The specificity of the use of photography as a non-verbal component of creolized texts in this period is determined, and the first genres of photojournalism are identified. The position is substantiated that the specific uniqueness of creolized texts in newspaper periodicals was influenced by ideological and technological factors.

Key words: Belarusian periodicals, newspaper, creolized text, periodicals, drawing, photograph.

Введение. В современных медиаисследованиях нашел широкое применение термин «креолизованный текст», обозначающий семиотически сложный текст, в состав которого входят вербальная и невербальная части. Он был введен в научный оборот Ю. А. Сорокиным и Т. Ф. Тарасовым [1, с. 180]. Экспрессивные приемы подачи информации в креолизованных текстах (далее – КТ), коммуникативный аспект их невербальных элементов проанализированы О. А. Кордой [2; 3]. Ряд научных работ посвящен отдельным видам КТ, встречающихся в прессе: обложке журнала [4], карикатуре [5], креолизованному анонсу [6]. Среди белорусских медиаисследований следует выделить работы О. А. Горбач, Л. Г. Шестерновой [7], Г. К. Тычко [8]. В них на материале социальной рекламы КТ анализируются с точки зрения белорусских национальных особенностей.

Изучение видового своеобразия КТ в белорусских газетах и журналах 1920-х гг. проводится впервые. Материалом исследования послужили публикации в газете «Звезда» (с 1927 г. – «Звязда») за 1920 – 1929 гг.; газете «Рабочий» за 1927 – 1929 гг., газете «Чырвоная змена» (1925 – 1929 гг.). Известно, что в белорусской дореволюционной периодике, например в газете «Наша ніва», журнале «Саха» и некоторых других периодических изданиях, использовались различные способы

креолизации текстов. Однако Первая мировая война и последовавшая за ней Гражданская война повлекли ухудшение условий работы типографий. В связи с этим белорусские газеты и журналы публикуют преимущественно тексты без невербальных компонентов. Иллюстрации в белорусских изданиях появляются вновь после продолжительного перерыва. В нашем исследовании было выявлено, что за 1921 г. «Звезда» опубликовала не менее шести КТ. Более точное их количество не позволяет установить недостаточная сохранность комплекта номеров издания.

Основная часть. Исследователь русской журнальной иллюстрации А. Н. Каск отмечает: «В области, где доступен столь объемный корпус памятников, представляется разумным применение индуктивного метода исследования, выстраиваемого не на гипотезе, но на сопоставительном изучении и анализе фактов» [9, с. 24]. На основе этого же принципа по отношению к белорусской газетной периодике 1920-х гг. нами были выявлены иконические и вербальные компоненты КТ, характерные для этого периода.

Иконическим компонентом КТ 1920-х гг. являлись рисунки и фотографии. Рисунки в газетах того времени представляли собой штриховые изображения без тональных переходов от темных тонов к светлым, они строились на контрасте темного

штриха к светлomu фону. Рисунки создавались художниками и позволяли свободно выражать авторскую точку зрения. Фотографии – полутоновые изображения – фиксировали и документировали события, передавали облик героев публикаций.

К вербальным компонентам газетных КТ данного периода можно отнести: заголовок, подзаголовок, подпись к иконическому компоненту, текст в жанре заметки или статьи, название рубрики и название издания, рекламный слоган, лозунг. В 1920-е гг. на страницах газет формируется вербальный компонент КТ, который в дальнейшей практике фотожурналистики получит название «текстовка». Текстовка сообщала дополнительную, в сравнении с подписью, информацию о фотографии, визуально отделялась от подписи к фото. В карикатуре помимо текста, выполненного художником на рисунке, в 1920-е гг. часто используется подводка – сжатая вводная информация. Часть вербальных компонентов встречались в КТ исследованных изданий всегда (например, заголовок в иллюстрированной статье). Другая часть вербальных компонентов могла присутствовать или отсутствовать в том или ином виде КТ. Такие вербальные компоненты были отнесены нами к необязательным (например, подзаголовок, подпись, текстовка).

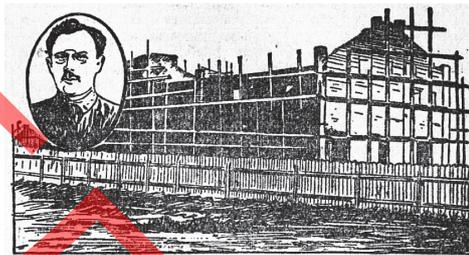
Вариативность использования вербальных компонентов в КТ объясняется отсутствием устоявшихся практик организации газетной полосы, поиском оптимальных форм газетных публикаций, соответствующих новой идеологии молодого государства.

В зависимости от сочетания вербальных и иконических компонентов, а также основной функции, которую выполняет КТ, в белорусской газетной периодике 1920-х гг. установлены представленные в таблице 1 основные виды КТ.

В начале 1920-х гг. в иллюстрированных заметках и статьях в качестве иконического компонента чаще всего использовались рисунки.

Ввиду технологических сложностей воспроизведения фотографии – документальные свидетельства эпохи – публиковались редко. В начале 1920-х гг. выявлены единичные случаи их использования. Так, например, в газете «Звезда» от 16.03.1922, № 65 на первой полосе помещено два фотопортрета (индивидуальный и групповой) к статье «5 лет Минского Совета». Фотографии мало контрастны, индивидуальные особенности лиц практически неразличимы.

Сложность тиражирования полутонового изображения приводила к тому, что фотография часто воспроизводилась в виде рисунка, который делался художником с оригинальной фотографии. Так, например, в газете «Чырвоная змена» размещен рисунок, который в подписи назван снимком: «На снимке момент поднятия носовой части корабля» («Чырвоная змена» от 01.08.1925, № 47, с. 3). В газете «Рабочий» от 26.08.1927, № 20 на третьей странице размещен рисунок с подписью «Снимок фасада завода, сделанный накануне пуска. Леса еще не убраны. В овале – инженер тов. Хойхин» (рисунок 1). Невозможность качественно воспроизвести фотографию в полтонах тормозила развитие фотожурналистики.



Снимок фасада завода, сделанный накануне пуска. Леса еще не убраны. В овале – инженер тов. Хойхин.

Рисунок 1 – Воспроизведение фотографии в виде рисунка. Газета «Рабочий» от 26.08.1927 г № 20, с.3.

Таблица 1 – Основные виды КТ в газетах «Звезда» (с 1927 г. – «Звезда»), «Рабочий», «Чырвоная змена» в 1920-е гг.

№	Иконический компонент	Вербальный компонент (обязательный)	Вербальный компонент (необязательный)	Основные функции КТ	Вид КТ
1	фотография / рисунок	заголовок, текст в жанре заметки	подзаголовок, подпись к рисунку / фото	информационная	иллюстрированная заметка
2	фотография / рисунок	заголовок, текст в жанре статьи	подзаголовок, подпись к рисунку / фото	информационная, аналитическая	иллюстрированная статья
3	фотография	нет	заголовок / текстовка / подпись	информационная	фотопубликация
4	рисунок	заголовок, подпись	вводная часть, текст на рисунке	сатирическая	карикатура
5	рисунок / фотография	заголовок, тексты в жанре заметки / статьи	логотип газеты, рубрика, подзаголовок, подпись	аттрактивная, информационная, агитационная	тематическая полоса
6	рисунок	заголовок, подпись	текст в жанре заметки / статьи	визуализации информации	инфографика
7	рисунок	подпись, лозунг	заголовок	агитационная	агитплакат («агитка»)
8	рисунок	подпись	заголовок	развлекательная, познавательная	визуальная загадка / задача
9	рисунок, фотография	реklamный слоган	реklamный текст	реklamная	реклама

Фотографии в качестве иконического элемента КТ стали регулярно использоваться только в конце 1920-х гг. Появилось большое количество фотопубликаций, для которого характерно доминирование иконического компонента (фотографии) и вспомогательная роль вербального.

В вербальном сопровождении фотографий не было устойчивой практики: в фотопубликации мог отсутствовать заголовок и размещалась только подпись к фото, а могли присутствовать заголовок, подпись и текстовка. Например, в фотопубликации с заголовком «Ад ударных бригад да ударных цэхаў і заводаў» под фотографией размещается текстовка: «На электрзаводзе ГЭТ некаторыя цэхі ад ударных бригад перайшлі да ўдарных цэхаў», подпись к фотографии: «На здымку: старыя рабочыя (30-гадовыя вытворчы стаж) фрэзероўшчык мэханічнага ўдарнага аддзяленьня т. Салаўёў В. Г., актыўны ўдзельнік вытворчых нарад, унёс цэлы рад каўштоўных тэхнічных прапаноў, перайшоў з 2-х станкоў на чатыры» («Звязда», 29.11.1929, № 272 (3380), с. 1; сохранена орфография оригинала). В 1920-е гг. функции подписи и текстовки недифференцированы, их функциональные особенности сформируются только в следующее десятилетие.

Эксперименты с комбинированием в рамках этого вида КТ вербальных и визуальных компонентов приводят к формированию первых жанров фотожурналистики: фотозаметки и фоторепортажа. В 1927 г. в газете «Чырвоная змена» появляется такая форма фотопубликации, как фотомонтаж, которая представляет собой комбинацию фрагментов нескольких фотографий: (в исследуемый период чаще всего для соединения индивидуальных портретов в групповой).

Одним из самых востребованных видов КТ в 1920-е гг. являлась *карикатура*, которая представляла собой рисунок, сопровождавшийся заголовком, подводкой, подписью под рисунком, а также текстом, включенным непосредственно в пространство рисунка. О значимости этого вида КТ говорит регулярная публикация карикатур на первых полосах издания.

Карикатура преобладает в анализируемых изданиях в начале 1920-х гг., уступая к концу этого десятилетия свою главенствующую роль другим видам КТ: фотопубликации, иллюстрированной заметке / статье.

Карикатура выполняла прежде всего сатирическую функцию, высмеивала религию, буржуазные ценности, западную политику. Риторика публицистических текстов 1920-х гг. противопоставляла отжившее, с точки зрения новой власти, старое и революционное новое. Иконический компонент карикатуры, формирующийся с помощью приемов противопоставления и гиперболизации, как нельзя лучше соответствовал этой риторике. Осуществление ряда мероприятий в русле политики белорусизации, проводимых агитационно-пропагандистским отделом Центрального Бюро КПБ(б), привело к появлению белорусскоязычных текстов на страницах

газет с середины 1920-х гг. [10]. Внедряется белорусский язык и вербальный компонент карикатуры.

Тематическая полоса приурочивалась, как правило, к праздничным датам. В качестве тематической полосы чаще всего выступала первая полоса издания, поэтому ее вербальный компонент включал название газеты, рубрику, статью с заголовком и др. Иконическим компонентом тематических полос в 1920-х гг. являлся рисунок большого формата. Применялось такое средство креолизации, как цветовое выделение, редко встречавшееся в монохромной печати 1920-х гг. Как правило, использовался красный цвет, приносящий в КТ коннотацию революционности. Так, например, в «Звезде» от 1 мая 1923 г. на первой полосе номера, посвященного празднику труда, использован рисунок красного цвета, размещенный в качестве подложки текста.

Инфографика выполняет функцию визуализации информации. Она появляется, как правило, в номерах, приуроченных к важной дате. Например, на первой полосе юбилейного тысяча пятидесятого номера газеты «Звезда» от 25.08.1923 г. в инфографике показывается ожидаемый рост тиража газеты к началу следующего года. Юбилейный номер выходит под девизом, являющимся одновременно и заголовком к инфографике: «К 1 января – 25 тыс. подписчиков!». В газете «Чырвоная змена» от 7.11.1927 г, № 124, посвященной десятилетию Октябрьской революции, размещается семь инфографик.

В *агитплакате* («агитке») рисунок сочетается с вербальным компонентом, содержащим призыв к конкретному действию. Например, в издании «Чырвоная змена» от 06.09.1925, № 57 на первой полосе публикуется агитплакат. Рисунок изображает молодого человека с поднятой в жесте призыва рукой. В другой руке он держит флаг с лозунгом: «Працоўная моладзь – пад сцяг КІМ'у!». В этом же издании от 14.09.1925, № 59, с. 2 «агитку» сопровождает лозунг «Борись за новую деревню!». Спецификой иконического и вербального компонентов агитки являлась их лаконичность, простота, выраженная агитационная функция. «Агитки» публиковались в небольшом формате и не являлись распространенным видом КТ.

Для последних полос газет характерны такие виды КТ, как *рекламное объявление* и *визуальная задача*. Иконическим элементом рекламных КТ в 1920-х гг. являлся рисунок, фотография была нехарактерна. Отличительной чертой рекламных объявлений являлось комбинирование разнообразных гарнитур, начертаний шрифтов для оформления вербального компонента КТ, свободное пространственное размещение слогана, что позволяло делать акцент на значимых, с точки зрения рекламодателя, элементах текста. Использование указанных средств креолизации стилистически отделяло рекламные объявления от публицистических текстов, имеющих сдержанное оформление.

КТ с развлекательной и познавательной функциями – визуальные задачи – характерны

для газеты «Чырвоная змена», ориентированной на молодежь. Это ребусы, шарады, рисунки, в которых требуется обнаружить какой-то объект и т.д. Также к данному виду КТ можно отнести шахматные и шашечные задачи, часто публиковавшиеся на последней полосе издания.

Заклучение. Исследование КТ белорусской газетной периодики 1920-х гг. позволило выявить, что типографское оборудование позволяло качественно воспроизводить только штриховые изображения, поэтому преобладающим иконическим компонентом КТ являлся рисунок. Ввиду этого наиболее распространенными видами КТ являлись иллюстрированные заметка и статья, включавшие рисунки, а также карикатура. Язык карикатуры позволял наглядно противопоставлять новый и старый мир, высмеивать последний,

поэтому карикатура как вид креолизованного текста соответствовала идеологическому вектору большевистской власти. К концу 1920-х гг. с появлением фотоцинкографий в газетах постепенно увеличивается количество фотографий. Появляются не только иллюстрированные статьи и заметки с фотографиями, но и фотопубликации, в которых доминирующим является невербальный компонент КТ. В рамках фотопубликаций в конце 1920-х зарождаются первые жанры белорусской фотожурналистики: фотозаметка, фоторепортаж, фотомонтаж. Менее распространенными видами КТ в 1920-е гг. являются: тематическая полоса (чаще всего это первая полоса издания, приуроченная к значимым историческим датам), инфографика, агитплакат («агитка»), рекламное объявление, визуальная задача.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сорокин, Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия / ФГБУ. – М.: Издательство «Наука», 1990. – С. 178–187.
2. Корда, О. А. Локативность креолизованного текста как основа для экспрессивных приемов подачи информации (на примере публикаций журнала «Русский репортер») / О. А. Корда // Известия Уральского государственного университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2011. – № 3(92). – С. 54–64.
3. Корда, О. А. Невербальные элементы креолизованных текстов: коммуникативный аспект / О. А. Корда // Наука-Вуз-Школа: сборник научных трудов молодых исследователей. – Магнитогорск: Изд-во МаГУ, 2009. – С. 181–187.
4. Шалифо́ва, О. Н. Семиотический подход к интерпретации обложки британского политико-экономического еженедельника «The Economist» [Электронный ресурс] / О. Н. Шалифо́ва, А. М. Ключина, В. М. Волова // Мир науки. Социология, филология, культурология– 2022. – Т. 13. № 3. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/28FLSK322.pdf> (дата обращения: 12.09.2024).
5. Воронина, О. А. Карикатура как вид креолизованного текста / О. А. Воронина // Вестник ЦМО МГУ. Русистика. – 2009. – № 2. – С. 14–18.
6. Матулеви́ч, Т. Г. Креолизованный анонс на обложке журнала The Economist / Т. Г. Матулеви́ч // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2017. – Т. 8. № 4. – С. 838–846.
7. Горбач, В. А. Нацыянальная ідэнтыфікацыя беларусаў у креалізаваных тэкстах сацыяльнай рэкламы / В. А. Горбач, Л. Г. Шасцярнёва // Женщины-ученые Беларуси и Казахстана : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1–2 марта 2018 г. / редкол.: И. В. Казакова [и др.]. – Минск : РИВШ, 2018. – С. 128–130.
8. Тьчко, Г. К. Нацыянальная спецыфіка креалізаванага тэксту / Г. К. Тьчко // Журналістыка-2015: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 17-й Міжнар. навук.-практ. канф., 12–13 ліст. 2015 г., Мінск / рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 17. – Мінск : БДУ, 2015. – С. 458–460.
9. Каск, А. Н. Русская журнальная иллюстрация XIX века: методика систематизации / А. Н. Каск // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – № 4. – 2014. – С. 22–40.
10. Прахарэ́ня, М. В. Друк БССР у перыяд ажыццяўлення палітыкі беларусізацыі / М. В. Прахарэ́ня // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. – №1. – 2023. – С. 147–152.

REFERENCES

1. Sorokin, Yu. A. Kreolizovannyye teksty i ih kommunikativnaya funkciya / Yu. A. Sorokin, E. F. Tarasov // Optimizaciya rechevogo vozdejstviya / FGBU. – M.: Izdatel'stvo «Nauka», 1990. – S. 178–187.
2. Korda, O. A. Lokativnost' kreolizovannogo teksta kak osnova dlya ekspressivnyh priemov podachi informacii (na primere publikacij zhurnala «Russkij reporter») / O. A. Korda // Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury. – 2011. – № 3(92). – S. 54–64.
3. Korda, O. A. Neverbal'nye elementy kreolizovannyh tekstov: kommunikativnyj aspekt / O. A. Korda // Nauka-Vuz-Shkola: sbornik nauchnyh trudov molodyh issledovatelej. – Magnitogorsk. Izd-vo MaGU, 2009. – S. 181–187.
4. Shalifova, O. N. Semioticheskij podhod k interpretacii oblozhek britanskogo politiko-ekonomicheskogo ezhenedel'nika «The Economist» [Elektronnyj resurs] / O. N. Shalifova, A. M. Klyushina, V. M. Volova // Mir nauki. Sociologiya, filologiya, kul'turologiya– 2022. – T. 13. № 3. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/28FLSK322.pdf> (data obrashcheniya: 12.09.2024).
5. Voronina, O. A. Karikatura kak vid kreolizovannogo teksta / O. A. Voronina // Vestnik CMO MGU. Rusistika. – 2009. – № 2. – S. 14–18.
6. Matulevich, T. G. Kreolizovannyj anons na oblozheke zhurnala The Economist / T. G. Matulevich // Vestnik RUDN. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika. – 2017. – T. 8. № 4. – S. 838–846.
7. Gorbach, V. A. Nacyyanal'naya identyfikacyya belarusaŭ u krealizavanyh tekstah saŭcyal'naj reklamy / V. A. Gorbach, L. G. Shascyarnyova // Zhenshchiny-uchenye Belarusi i Kazahstana : sb. materialov Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Minsk, 1–2 marta 2018 g. / redkol.: I. V. Kazakova [i dr.]. – Minsk : RIVSh, 2018. – S. 128–130.
8. Tychko, G. K. Nacyyanal'naya specyfika krealizavanaga tekstu / G. K. Tychko // Zhurnalistyka-2015: stan, prablemy i perspektivy : materyaly 17-j Mizhnar. navuk.-prakt. kanf., 12–13 list. 2015 g., Minsk / redkal. : S. V. Dubovik (adk. red.) [i insh.]. – Vyp. 17. – Minsk : BDU, 2015. – S. 458–460.
9. Kask, A. N. Russkaya zhurnal'naya illyustraciya XIX veka: metodika sistematizacii / A. N. Kask // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistyka. – № 4. – 2014. – S. 22–40.
10. Praharenya, M. V. Druk BSSR u peryad azhyccyauŭlennya palityki belarusizacyi / M. V. Praharenya // Trudy BGTU. Seriya 4: Print- i mediatekhnologii. – №1. – 2023. – S. 147–152.