

носят временный характер. Примеры подобного рода встречаются в сказках «*Paddy O'Kelly and the Weasel*», «*Smallhead and the King's Sons*» и многих других.

В ирландских сказках встречается много названий волшебных существ – гномы, эльфы, лепреконы, ведьмы, великаны, духи, но каждого из них можно назвать либо «мужчиной из холма», либо «женщиной из холма». Родовые имена, гораздо чаще встречающиеся в популярных народных преданиях Ирландии, еще раз подчеркивают тесную связь между миром людей и миром волшебного народа. Миф настолько впитался в почву Эрина (древнее название Ирландии), что весь фантастический материал ирландских сказок помогает человеку «усвоить определенные модели поведения, связанные с отношением его к семье, к трудовой деятельности, к окружающему миру» [2, с. 88]. Индивидуальный характер миропонимания, нашедший отражение в ирландских сказаниях, в языковых стереотипах и ономастическом пространстве сказок, раскрывает особенности многих явлений жизни ирландских кельтов – их патриотизм, их особый тип воображения, развлечения, предметы быта, одежды, социальные и религиозные обычаи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Никитина, С.Е. Устная народная культура и языковое сознание / С.Е. Никитина. – М. : Наука, 1993. – 189 с.
2. Егорова, О.А. Специфика мифологической основы волшебного вымысла в сказках Британских островов / О.А. Егорова // Вестник Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2014. – № 1. – С. 87-97.
3. Jacobs, J. Irish tales / J. Jacobs. – СПб. : КАРО, 2012. – 224 с.
4. Кельты – художники и сказители. – М. : Арт-Родник, 2003. – 63 с.
5. Широкова, Н.С. Мифы кельтских народов / Н.С. Широкова. – М. : Астрель, 2005. – 431 с.
6. Володарская, Л. Об ирландцах и ирландских сказаниях / Л. Володарская // Кельтские мифы: Валлийские сказания. Ирландские сказания. – Екатеринбург : У-Фактория, 2005. – С. 484-489.

ИЛЬЧЕВА И.Л.

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина (Беларусь)

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕМИОТИЧЕСКИХ СИСТЕМ В ТЕКСТАХ СМИ

В настоящее время массмедиаальный дискурс представляет собой совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимо-

действия. Единицей данной дискурсивной практики выступает массмедиаальный текст.

Детальное изучение массмедиаальных текстов показывает, что данный тип текста имеет два уровня – вербальный и медийный, или аудиовизуальный. В свою очередь, при рассмотрении вербальной составляющей массмедиаального текста как знаковой системы смешанного типа, сочетающей в себе вербальные и аудиовизуальные коды, необходимо учитывать языковую специфику каждого конкретного средства массовой информации. Так, специфика языка печатных СМИ состоит во взаимодействии вербальных и графических компонентов. Шрифтовое варьирование, синграфемные и супраграфемные элементы, цветосемантика, топографемика – всё это тесно соединяется в рамках одного текстового пространства.

Главной особенностью динамичного массмедиаального текста является сочетание словесного и звукового ряда. Использование широкого спектра возможностей аудиоряда – музыки, шумовых эффектов, фонетических и паравербальных элементов (интонация, темп, узнаваемые акценты, индивидуальные голосовые качества) делает текст эффективным средством воздействия на массовую аудиторию.

Массмедиаальные тексты могут быть представлены в двух вариантах. В первом варианте вербальные и иконические компоненты вступают в равные отношения, когда вербальная часть сравнительно автономна и изобразительные элементы текста оказываются факультативными и могут быть удалены без значительного ущерба для понимания смысла языкового сообщения. Такое сочетание характерно для газетных массмедиаальных текстов. Большая спаянность, слияние компонентов обнаруживается в текстах с полной креолизацией, в котором между вербальным и иконическим компонентами устанавливаются подчиненные отношения, при которых вербальный текст полностью зависит от изобразительного ряда и само изображение выступает в качестве необходимого элемента текста. Такая зависимость и взаимосвязь обычно наблюдается в рекламных массмедиаальных текстах.

Иконический компонент текста может быть представлен иллюстрациями (фотографиями, рисунками), схемами, таблицами, символическими изображениями, формулами и т. п. Вербальные и изобразительные компоненты связаны на содержательном, содержательно-композиционном и содержательно-языковом уровне. Предпочтение того или иного типа связи определяется коммуникативным заданием и функциональным назначением массмедиаального текста в целом.

Выполняя разные функции, массмедиаальные тексты используют разные средства для конструирования смыслов. Обладая мощной силой воздействия на общественное сознание, массмедиаальные тексты не только определяют мировосприятие субъекта массовой коммуникации, но в значительной степени формируют дискурс и тезаурус современной культуры.