

УДК 81'22

Л.Д. ЕВТЕЕВ
(Ростов-на-Дону)

ПАРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА В МЕДИЦИНСКИХ ПЛАКАТАХ

Исследование посвящается изучению видов паралингвистических средств и функций их употребления в медицинских плакатах. Установлено, что паралингвистические средства представлены элементами оформления фона и текста, композиционного оформления плаката, тропами, схемограммами и логограммами.

Ключевые слова: жанр медицинского плаката, паралингвистика, невербальные стилистические средства, полимодальность, креолизованный текст.

LEONID EVTEEV
(Rostov-on-Don)

PARALINGUISTIC MEANS IN MEDICAL POSTERS

The article deals with the study of kinds of paralinguistic means and the functions of their usage in medical posters. It is stated that the paralinguistic means are presented by the elements of design of background and text, poster's composition, figures of speech, pictographemes and logographemes.

Keywords: genre of medical poster, paralinguistics, non-verbal stylistic means, polymodality, creolized text.

Введение

В современном мире особенно актуальна проблема информационного шума. Поскольку объём концентрации внимания человека ограничен, неизбежно возникают проблемы с передачей информации адресату. Ряд исследователей утверждают о появлении клипового мышления как реакции на усиление информационного потока [2, 3, 10]. В связи с этим, становится актуальным исследование паралингвистических средств в прагмалингвистическом аспекте. Они заключают в себе достаточный объём информации, при общей компактности формы и способности привлечь внимание адресата. Целью настоящего исследования является изучение видов паралингвистических средств, а также функций их употребления в медицинских плакатах.

Термин «паралингвистика» происходит от греческого слова “para” и переводится как «около», т. е. околоречевой. Паралингвистика – это «раздел языкознания, изучающий невербальные (неязыковые) средства, включенные в речевое сообщение и передающие вместе с вербальными средствами смысловую информацию» [8, с. 531]. Паралингвистические средства – «это средства, употребляемые в письменном языке (восклицательные знаки, многоточие, комбинации восклицательных и вопросительных знаков, рисунки, чертежи, графики, графическая сегментация текста и его расположение на бумаге, шрифтовой и красочные наборы, необычное написание)» [9, с. 15]. Из данного определения следует вывод, что в контексте плаката паралингвистическими средствами будут выступать, прежде всего, графические составляющие. Эту же роль могут выполнять и конвенциональные знаки, если употребляются в паралингвистическом, а не исключительно вербальном использовании.

Понятие «параязык» (paralanguage) было введено Арчибалдом Хиллом [12], и позже стало разрабатываться как паралингвистика (paralinguistics) Джорджем Леонардом Трагером. Изначально паралингвистика изучала лишь кинесику и фонетические явления, сопровождающие живую речь. Затем поле исследования расширилось и стало включать невербальные элементы текста. В настоящее время популярным направлением становится исследование текста с позиций полимодальности. Полимо-

дальность предполагает несколько каналов передачи информации, которая происходит через креолизованные тексты. В них адресату необходимо декодировать вербальный и невербальный компоненты.

Согласно Н.М. Дугалич, медицинский плакат реализует несколько функций: репрезентативную, апеллятивную, информативную, контактную, экспрессивную, функцию передачи константной информации, выработки новых смыслов и функцию памяти [4, с. 3]. Как показывает наше исследование, реализация первых пяти функций (репрезентативная, апеллятивная, информативная, контактная, экспрессивная) связана с паралингвистическими средствами.

Применительно к нашей работе, наибольший интерес представляет классификация паралингвистических средств Г.В. Колшанского [6, с. 32]:

- 1) фонационные;
- 2) кинесические;
- 3) графические

В число графических паралингвистических средств Г. Колшанский включает некоторые письменные знаки в паралингвистическом использовании (многоточие, восклицательные и вопросительные знаки), различные изображения (графики, чертежи, рисунки), красочное оформление текста (особый шрифт, краска) [Там же, с. 57]. Учитывая, что материал нашего исследования представлен плакатами, в его фокусе находится именно графические средства. Кроме того, на основе статьи С.В. Мощевой мы можем выделить следующие графические паралингвистические средства:

- 1) идеограмма (неконвенциональный знак, в котором отсутствует типизация – логотипы, товарные знаки);
- 2) схемограмма (кодификация немотивированного значения однозначного слова при сохранении внешнего сходства с денотатом – указатели, дорожные знаки...);
- 3) логограмма (конвенциональный знак письма – цифры, формулы...);
- 4) грамматограмма (графический символ грамматических категорий и правил – пробелы, знаки препинания...) [7, с. 232].

На основе анализа фактического материала мы делаем вывод, что в медицинских плакатах можно выделить следующие паралингвистические элементы:

- 1) Оформление фона и текста (цветовая гамма фона и текста, контрастность фона и текста).

Как показывает анализ, в плакатах присутствовал преимущественно белый фон (71%), а также синий (62%), жёлтый (32%), красный (21%), зелёный (18%), серый (5%), сиреневый (1%), оранжевый (6%), малиновый (4%) (см. рис. 1 на с. 82). На первом плакате преобладают оттенки синего и белый цвет. Белый исторически ассоциируется с чистотой, профессионализмом и, в частности, медициной. С другой стороны, у некоторых людей белый вызывает парадоксальную реакцию тревоги – поэтому в современности стали чаще использовать и другие пастельные цвета. Например, синий, голубой и зелёный обладают успокаивающим эффектом, они вызывают чувство стабильности и уверенности.

- 2) Композиционное оформление плаката (оформление рубрик плаката – рамки, отступы, разные шрифты, изменение фона, выделение текста).

Что касается композиции, в большинстве плакатов (83%) используется разноцветный шрифт, жирный шрифт в 19%, а также в 43% применяется выделение текста. В связи с тем, что первоочередная цель любого плаката – привлечь внимание, выделение текста и использование шрифта разных цветов вполне подчиняется этой цели. Жирный шрифт не является столь же заметным, как два вышеперечисленных приёма, и потому встречается менее часто. Также необходимо отметить, что почти в половине (48%) плакатов используется красный шрифт. Он несёт коннотацию тревоги и опасности, поэтому подходит для эффективного привлечения внимания к различным угрозам здоровью (см. рис. 2 на с. 82). На плакате ниже разноцветный шрифт помогает структурировать информацию. Цветные заголовки, выделенные жирным шрифтом, визуально разбивают текст на смысловые части. Заголовки, написанные красным шрифтом («Что такое диабет?» и «Как определить, что такое диабет?»), помогают выделить основную, критически важную информацию.

3) Стилистические средства оформления визуального компонента (тропы).

Материал исследования показывает, что невербальный компонент медицинского плаката имеет стилистическую окраску, которую следует классифицировать как троп. Далее подробно рассмотрим, какие именно тропы встречаются в жанре медицинского плаката.

В контексте медицинского плаката тропы существуют в форме графических стилистических средств. Согласно анализу, более чем в половине плакатов (52%) присутствует метонимия. С её помощью, как правило, авторы дублируют вербальные средства для наглядности (см. рис. 3).

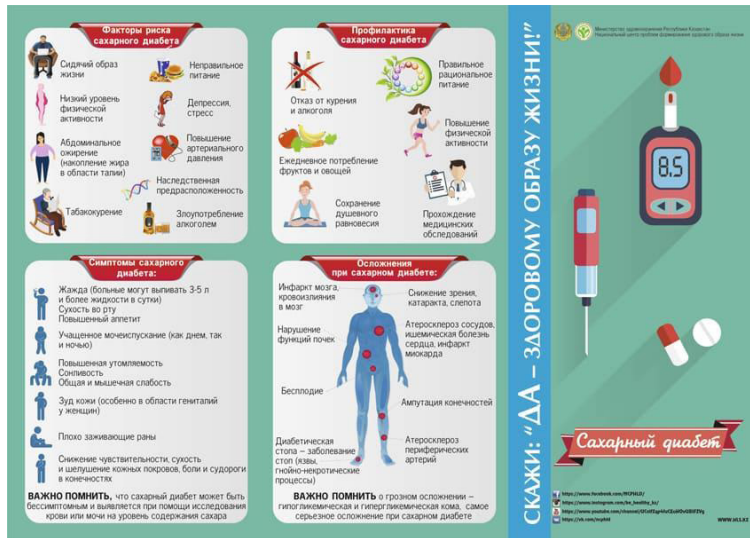


Рис. 3. Пиктограммы и традиционные рисунки людей, изображающих те или иные действия

В 43% плакатов содержат метафоры, призванные усилить эмоциональное воздействие на читателя (см. рис. 4).



Рис. 4. Метафора об опасностях пристрастия к сахару

Не менее важное значение имеют графические эвфемизмы, обнаруженные в 18% плакатов. Благодаря им авторы успешно иллюстрировали табуированные в социуме явления. Как следует из определения, эвфемизм – «эмоционально нейтральное слово или выражение, употребляемое вместо синонимичного слова или выражения, воспринимаемого говорящим как резкое, грубое или интимное» [11]. Соответственно, в контексте плаката имеет место не слово, а графический эвфемизм: нейтральное изображение, отсылающее к табуированной теме (см. рис. 5). На плакате ниже перечислены последствия диабета, 4 из которых снабжены и рисунками, и подписями. Пятое последствие – смертельный исход – вербально не обозначено, но к нему косвенно отсылает графический эвфемизм в виде фотографии памятника.

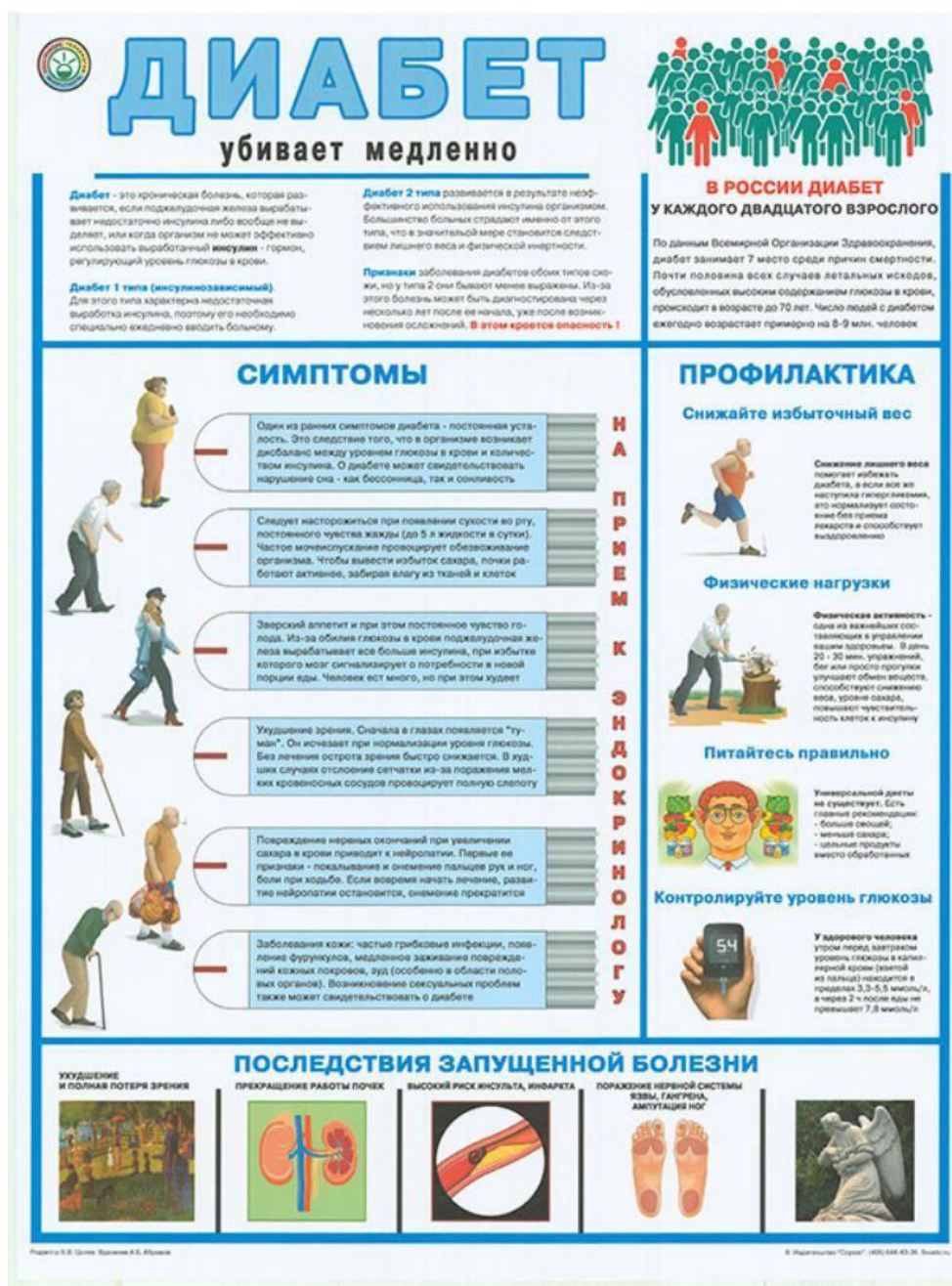


Рис. 5. Памятник как эвфемизм для понятия смертельного исхода

4) Использование схемограмм и логограмм.

Согласно нашему анализу, в плакатах отмечается умеренное присутствие в плакатах схемограмм (26%) и логограмм (25%). Первые, как правило, выполняли функцию метонимии для усиления – будь то пиктограмма человека, выполнявшего описываемое действие, или же знак «курение запрещено» рядом со списком советов по предотвращению заболеваний (см. рис. 6).

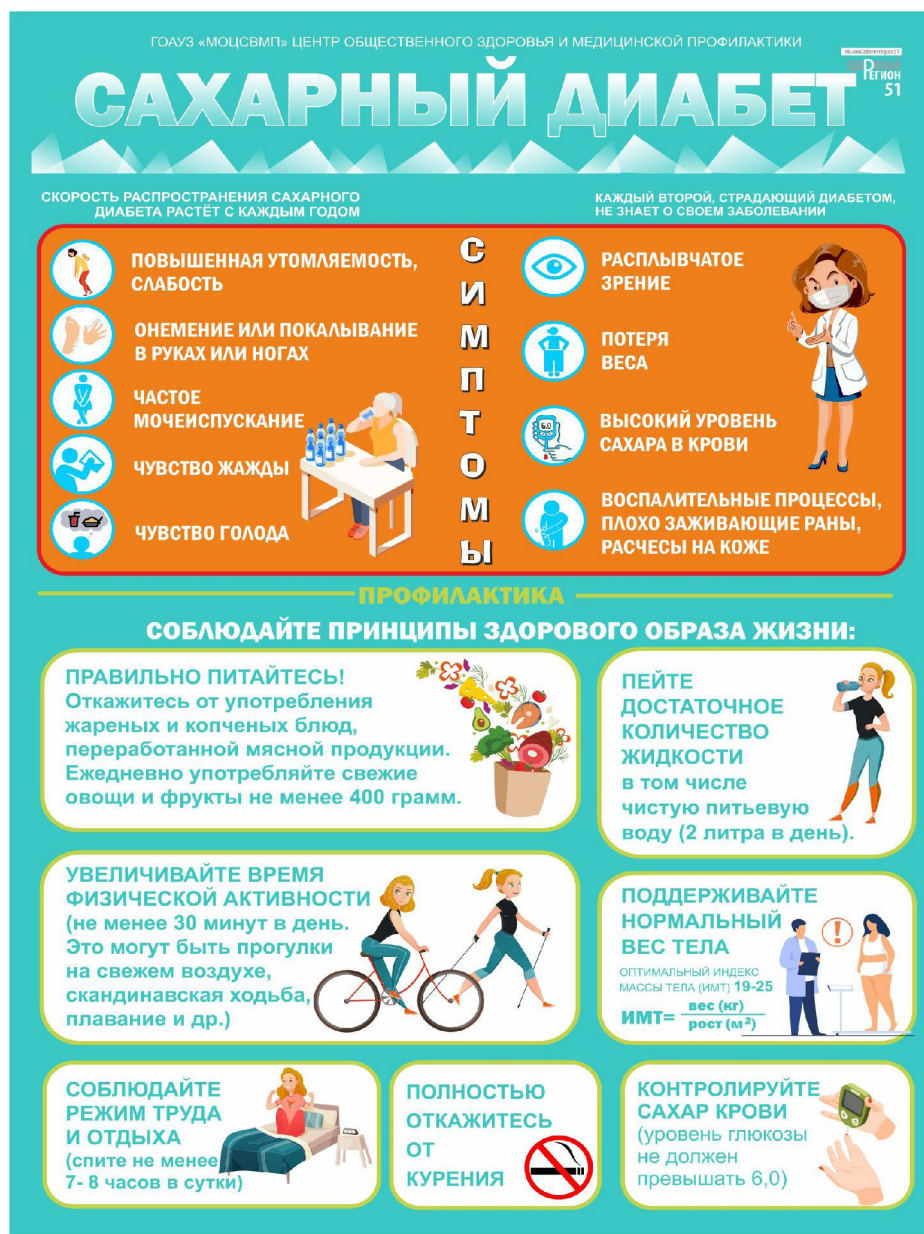



Рис. 6. Схемограмма «курение запрещено»

Вторые, в свою очередь, помимо указания авторства, вызывают чувство доверия у читателя. В связи с тем, что здравоохранение – это крайне ответственная область, логотипы медицинских учреждений придают авторитет тем или иным плакатам (см. рис. 7 на с. 86).

ПРОФИЛАКТИКА ГЕПАТИТОВ В И С

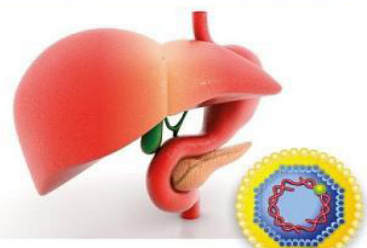


Министерство здравоохранения
Калининградской области
ГБУЗ «Центр общественного
здоровья и медицинской профилактики»

Вирусные гепатиты являются инфекционными заболеваниями, которые поражают внутренние органы и, в частности, печень человека. Сегодня принято различать несколько типов распространенных вирусных гепатитов: А, В, С, D, Е. Все вирусы оказывают воспалительное действие на печень и негативно сказываются на состоянии здоровья. Опасность некоторых форм вирусного гепатита, особенно гепатита С, заключается в его бессимптомном течении в течение длительного времени.

ФАКТЫ: в настоящее время в России около 5 миллионов носителей вируса гепатита В. Ежегодно регистрируется около 5 тысяч случаев смерти от цирроза печени и рака печени, связанных с гепатитом В.

Им болеют преимущественно молодые люди, заболевание часто связано с наркоманией и сопровождается заболеваниями, передающимися половым путем. Существует высокая вероятность перехода острого гепатита В в хроническую форму с возможным развитием цирроза и рака печени.



Первые проявления гепатита В обычно протекают малозаметно – появляется тошнота, боли в правом подреберье, тяжесть в желудке, пропадает аппетит и болят суставы.

Форма острого проявления гепатита В может быть как безжелтушная, так и желтушная, но нередко она переходит в хроническую стадию. Признаками такого осложнения являются: слабость, кровоточивость десен, частые гематомы и незначительное увеличение печени. Также может быть потемнение мочи и обесцвечивание кала.

С каждым годом заболеваемость гепатитом С растет. Этот рост связан с распространением наркомании. 38-40% молодых людей, болеющих гепатитом С, инфицируются при внутривенном введении наркотических веществ.

Примерно у 70-80% больных гепатитом С развивается хроническая форма болезни, которая представляет собой наибольшую опасность, так как может привести к циррозу печени или образованию злокачественной опухоли печени.

От момента заражения до клинических проявлений проходит от 2-3 недель до 6-12 месяцев. В случае острого начала болезни начальный период длится 2-3 недели, сопровождается суставными болями, утомляемостью, слабостью, болями в правом подреберье, расстройством пищеварения. Подъем температуры отмечается редко. Желтуха может появиться уже при циррозе печени, который развивается при хроническом течении болезни.

Профилактика

- Лучшим средством от гепатита В является **ВАКЦИНАЦИЯ**, которая включена в Национальный календарь профилактических прививок. Прививка позволяет во многом предотвратить случаи заболевания, уменьшить частоту смертельных исходов.
- Чтобы уберечь себя от заражения гепатитом В и С, в первую очередь нужно выполнять требования правил здорового образа жизни. Необходимо исключить попадание чужой крови на открытые ранки, слизистую оболочку и пр. В микроскопических дозах кровь может быть на бритвах, ножницах, зубных щетках и прочих предметах гигиены. Этого может быть достаточно для заражения. Поэтому не стоит использовать эти предметы совместно с кем-то.
- Никогда не используйте чужие шприцы и иглы, а также соблюдайте стерильность состояния инструментов, которыми наносятся татуировку или делается пирсинг. Помните – возбудитель гепатита очень долго живет во внешней среде.
- В основном гепатит В передается при половых контактах, но таким же образом возможно и заражение вирусом гепатита С. Поэтому принимайте максимальные меры предосторожности при интимных связях любой формы – пользуйтесь презервативом.
- Вирусная инфекция передается также от матери к ребенку при родах, в период беременности или кормлении грудью.

Рис. 7. Логограмма Министерства здравоохранения Калининградской области в правом углу плаката

Выводы

Таким образом, мы приходим к выводу, что для достижения прагматического эффекта в медицинских плакатах используется широкий спектр прагмалингвистических средств. Прежде всего, это правильный выбор цветовой гаммы: белый фон, как традиционный цвет медицины, оттенки синего для успокоения читателя, а также красный шрифт для выделения критически важной информации. Изображения-тропы, метафоры и эвфемизмы органично дополняют текстовую составляющую, вызывая нужную эмоциональную реакцию у читателя, что способствует усвоению информации. Наконец, логограммы, кроме непосредственного авторства плаката за тем или иным медицинским учреждением, указывают на надёжность представленной информации. Все вышеперечисленные средства способствуют осуществлению основных функций медицинского плаката: репрезентативной, апеллятивной, информативной, контактной, экспрессивной.

Литература

1. Азимов Э.Г., Шукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: Изд-во ИКАР, 2009.
2. Березовская И.П. Проблема методологического обоснования концепта «клиповое мышление» // Научно-технические ведомости Санкт-Петербур. гос. политехнич. ун-та. Гуманитарные и общественные науки. 2015. № 2(220). С. 133–138.
3. Гиренок Ф.И. Клиповое сознание. М.: Академический проект, 2014.
4. Дугалич Н.М. Конститутивные признаки медицинского плаката // Российский социально-гуманитарный журнал. 2023. № 4. С.6.
5. Зиндер Л.Р. Очерки общей теории письма. Л.: Наука: Ленингр. отд-ние, 1987.
6. Колшанский Г.В. Паралингвистика. М.: Наука, 1974.
7. Мощева С.В. Дискурс массмедиа: роль и место графики и графических средств паралингвистики (на материале рекламных текстов) // Перспективы науки и образования. 2013. № 4(4). С. 232–242.
8. Николаева Т.М. Паралингвистика // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990.
9. Николаева Т.М., Успенский Б.А. Языкознание и паралингвистика. М.: Изд-во МГУ, 1966.
10. Тоффлер Э. Шок будущего / пер. с англ. Е. Руднева и др. М.: АСТ, 2008.
11. Эвфемизм // Большая российская энциклопедия. [Электронный ресурс]. URL: <https://old.bigenc.ru/linguistics/text/4939390> (дата обращения: 02.11.2025).
12. Hill, Archibald A. Introduction to Linguistic Structures: From Sound to Sentence in English. N.Y.: Harcourt, Brace & World, 1958.