

*Язык прессы*

## Поликодовый медиатекст: пути исследования

© Н. Н. ВОЛЬСКАЯ,  
кандидат филологических наук

Современные СМИ представляют собой единство двух самостоятельных знаковых систем: вербальной (словесной) и иконической, состоящей из невербальных, изобразительных, знаков с отличной от вербальных текстов формой выражения. К иконической знаковой системе в СМИ относятся фотографии, инфографика, рисунки, карикатуры, комиксы, коллажи, реклама, а также сочетание нескольких видов знаков: инфографика + карикатура, карикатура + фотография, инфографика + карикатура + фотография и т.д. Подобные типы текстов получили в науке название «поликодовых».

*Ключевые слова: медиатекст, интертекстуальность, поликодовый текст, визуализация, семиотический подход, иконическая знаковая система, медийное содержание.*

Характерной чертой современности явилась визуализация медийного содержания, вследствие которой влияние СМИ на общественное и индивидуальное сознание усилилось. По прогнозам специалистов, в дальнейшем количественная составляющая визуальной информации по отношению к текстовой будет возрастать [1]. Это связано с тем, что «современная эпоха представляет собой новую информационную цивилизацию, отличительными чертами которой являются: появление единого информационного пространства, информационная среда обитания; информационные виды деятельности; новые продукты и услуги; новые ценности и суждения о качестве жизни; новые представления о пространстве и времени и т.д. Деятельность, именуемая “журналистикой”, сейчас настолько изменилась, что все прежние понятия: “функция”, “предмет”, “метод”, “содержание”, “форма”, “жанр” и т.п. – перестают быть актуальными и исчерпывающими, когда с их помощью пытаются отобразить ситуацию в цифровой медиасреде и в профессиональной деятельности, которая стремительно становится конвергентной» [2] (от лат. *Convergens* – «сближение, схождение, совпадение двух и более сущностей, в результате которого у сходящихся сторон появляются

сходные признаки» [3]): например, у компьютера и ТВ, ТВ и телефона, печатных и интернет-СМИ). В этой связи необходимо «пересмотреть концептуально-понятийный аппарат медиаисследований на макро- и микроуровне» [2].

Исследование исключительно вербальной составляющей текста является недостаточным для получения комплексного представления о нем. Поэтому все чаще лингвисты обращаются к изучению вербальных текстов с невербальными компонентами, а также к взаимодействию между ними.

На необходимость изучения подобных текстов, имеющих особый статус в когнитивно-коммуникативной парадигме, указывал еще в 30-е годы XX века А.А. Реформатский, который отметил, что изображение, будучи особым структурным моментом высказывания, подлежит ведению лингвиста. Также ученый указывал на необходимость подготовки специалистов нового профиля – лингвографов, вооруженных не только методами лингвистического анализа текста, но и знаниями полиграфической техники [3].

Тем не менее всплеск интереса к изучению подобных феноменов произошел лишь в конце XX – начале XXI века [4]. Подобные тексты получили в науке название поликодовых, или креолизованных (от фр. *créolisation* – «креолизация»). Под креолизацией понимается «процесс образования новых этнических групп путем смешения крови нескольких контактирующих этносов» [5]. Так, креолами называли всех потомков европейских переселенцев на территориях колоний в Северной и Южной Америках. Процесс взаимодействия нескольких этносов на одной территории неизбежно приводил к взаимодействию и их национальных языков. Отсюда произошло второе, узколингвистическое, значение термина «креолизация»: это «процесс формирования нового языка (смешанного по лексике и грамматике) в результате взаимодействия нескольких языков» [Там же]. Поэтому креолизованными (креольскими) называют языки, возникшие в результате смешения нескольких языков.

В 1990 году Ю.А. Сорокин и Е.Ф. Тарасов в статье «Креолизованные тексты и их коммуникативная функция» предложили использовать термин «креолизованные тексты» для обозначения текстов, «фактура которых состоит из двух негомогенных частей» [6]. Под креолизованностью понимается характеристика такого текста, в структурировании которого, наряду с вербальными, применяются иконические средства, а также средства других семиотических кодов (цвет, шрифт и т.д.). В отечественной лингвистике наряду с термином «креолизованный» используются термины-синонимы: «супертекст», «бимедиальный», «полимодальный», «мультимедиальный», «вербально-визуальный», «поликодовый», «мультимодальный», «гипертекст», «коммуникат». Анализ существующей литературы по данному вопросу показывает, что до сих пор не сло-

жилось единого мнения не только по поводу терминологического обозначения, но и определения количества и видов составляющих таких текстов.

Наиболее логичным представляется мнение В.Е. Чернявской, которая считает, что термин «поликодовый текст» более точно и ясно, чем термины «креолизованный текст» и другие, передает суть коммуникативного семиотически комплексного феномена: «С одной стороны, “поликодовый” фокусирует факт взаимодействия различных кодов, если понимать под кодом систему условных обозначений, символов, знаков и правил их комбинации между собой для передачи, обработки и хранения (запоминания) информации в наиболее приспособленном для этого виде. [...] С другой стороны, термин “поликодовый текст” обращает внимание на текстуальный характер обозначаемого явления, его содержательно-смысловую целостность, что уходит на задний план при использовании термина “коммуникат”» [7].

Создание поликодового текста начинается с возникновения авторской идеи, замысла, которому затем придается формальное выражение. Интерпретация содержания поликодового текста, наоборот, начинается с восприятия читателем внешнего вида, который, во-первых, предоставляет информацию о тексте как о поликодовой комбинации и, во-вторых, соотносит текст с определенным типом текста. Таким образом, читатель сначала видит, какого рода перед ним текст (фотография, карикатура, инфографика, коллаж), и лишь затем проникает в его смысл. Взаимодействие вербального и невербального компонентов реализуется в поликодовом тексте, во-первых, в аспекте взаимодействия семантического значения знаков на внутреннем уровне – с целью создания единого смыслового целого; во-вторых, в коммуникативно-прагматическом аспекте взаимодействия их внешнего оформления – то есть формальной организации текста. «Воспринимаемая текст, мы не читаем его с “чистого листа”, поскольку в материальной форме текста репрезентируется авторское сознание. [...] ориентируясь на читателя, автор маркирует текст чертами целостности... Воспринимаемая текст, читатель исходит из презумпции его целостности и, следуя интерпретативным стратегиям и тактикам, “собирает” его смысл» [8]. Следовательно, целостность текста всегда обусловлена совместной деятельностью сознаний коммуникантов. Из этого можно сделать вывод, что целостность, будучи качественным критерием текстуальности, соотносится с воссоздающим и воспринимающим сознанием и обусловлена деятельностью сознания автора и читателя. «Целостность креолизованного текста задается коммуникативно-ориентированной установкой адресанта (автора текста и его «соавторов» в лице художника, фотографа, редактора и др.), единой темой, раскрываемой вербальными, иконическими и другими паралингвистическими средствами. В речевом общении креолизованный текст предстает сложным образованием, в котором вербальные и икониче-

ские элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное воздействие на адресата» [9].

Визуализация служит средством оптимизации коммуникации, преодоления «скрытых стереотипов языка литературного» [10], способствует возможности нелинейного восприятия медиатекста. Использование элементов креолизации расширяет спектр комбинаторных возможностей в области механизмов формирования новых коммуникативных стратегий с учетом интересов целевой аудитории. СМИ постоянно совершенствуют способы визуализации смыслов, составляющих суть журналистского материала, и одновременно с этим трансформируют традиционные модели передачи медийного содержания, делают его язык более иконичным.

Использование невербальных средств в медиатекстах предопределено «различной психической природой восприятия вербальной и невербальной информации. Информация, содержащаяся непосредственно в текстовом сообщении, усваивается лишь на 7%, голосовые характеристики способствуют усвоению 38% информации, тогда как наличие визуального образа заметно повышает восприятие – до 55%» [Там же]. «Наибольшая часть социально значимых, богатых и существенных для общества знаковых систем ориентирована на восприятие посредством зрения и слуха» [7].

Первым, кто пытался осмыслить феномен визуального восприятия на научной основе, был Аристотель. В «Метафизике» [11] Аристотель пришел к выводу, что зрительное восприятие («видение») является социально обусловленным процессом. Зрение можно назвать основой и предпосылкой социальности. «Зрение больше всех других чувств содействует нашему познанию и обнаруживает много различий» [Там же]. Аристотель утверждал, что именно зрение и видение стимулируют память и опыт («представления» и «воспоминания»), которые объективируются в виде науки и искусства. Итак, зрительное восприятие является толчком для развития социальных и культурных качеств человека. Зрительное восприятие формирует память, память формирует опыт, опыт формирует науку и искусство.

Значимость изучения языка СМИ состоит в том, что «он является тем кодом, той универсальной знаковой системой, с помощью которой в индивидуальном и массовом сознании формируется картина окружающего мира» [12]. В формировании медиатекста участвуют различные семиотические системы. Именно в этом и заключается базовое отличие медиатекста от текста в его традиционно лингвистическом понимании, в котором текст определяется как «объединенная смысловой связью последовательность знаковых единиц, основными свойствами которой являются цельность и связность». «Подразумевается, что единицы эти

носят вербальный характер», в то время как «концепция медиатекста выходит за пределы знаковой системы вербального уровня» [5].

Сегодня вряд ли возможно говорить о первичности одних знаковых систем и вторичности других относительно их функционирования в медиасреде, однако можно говорить о специфике их функционирования относительно особенностей канала распространения медиатекста – аудиального, визуального, визуально-аудиального и т.д.

Таким образом, интерес лингвистики к текстам, созданным посредством взаимодействия языковых, аудиальных и визуальных семиотических знаков, является «следствием и отражением поликодового характера человеческой коммуникации на современном этапе» [7].

Поскольку изучение поликодовых текстов началось сравнительно недавно, возьмем на себя смелость обозначить перспективы дальнейшего исследования данного феномена. Во-первых, разработка вопросов взаимодействия вербального и невербального компонентов может быть связана с детальным изучением и переосмыслением в них явлений интердискурсивности и интертекстуальности, в том числе ее визуализированного вида, с позиций реализации единого содержательного и формального поликодового целого. Во-вторых, дальнейшего изучения требует процесс интерпретации содержания поликодового текста с помощью специфических элементов креолизации, все чаще встречающихся сегодня в медиатекстах, характерной чертой которых является как оценка предмета публикации, так и функция ориентации и навигации читателя в объектной зоне. В-третьих, сами элементы креолизации медиатекстов, объединяющиеся в знаковые подсистемы, требуют классификации и детального изучения. В-четвертых, в детальном исследовании нуждаются принципы, на основе которых вербальные и невербальные компоненты текста вступают в тесную взаимосвязь и сочетаются, дополняя, усиливая, иллюстрируя, выделяя, противопоставляя друг друга.

Весьма актуальным представляется анализ взаимодействия семиотически разнородных компонентов поликодового текста в разных медийных жанрах, таких, как телепрограмма, документальный фильм, художественный кинофильм, мультимедийная история, художественная, промышленная и т.п. мультимедийная выставка. Перспективно исследование самих новых жанров в журналистике, в литературе, драматургии и в других видах искусства.

При этом нельзя забывать и о необходимости высшей школы готовить универсальных журналистов, одинаково хорошо владеющих как пером, так и фото-, видеотехникой и IT-технологиями, умеющих создавать медиатексты, характерной чертой которых является тесная взаимосвязь вербальных и невербальных компонентов, составляющих сущность понятия «медиатекст». Изучение поликодовых текстов и формирование у будущих журналистов профессиональных навыков и компетенций их

создания необходимо начинать уже в студенческой аудитории. Дальнейшее исследование данного феномена, естественно, должно происходить на междисциплинарном уровне, с привлечением не только журналистов и лингвистов, но и психологов, культурологов, дизайнеров, социологов, литературоведов, философов, специалистов в области IT-технологий.

### *Литература*

1. *Тулупов В.В.* Газета, маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет. Воронеж, 2001. С. 128.
2. *Дзялошинские И.М. и М.И.* К вопросу о понятийном аппарате медиаисследований // Медиаскоп. 2014. Вып. 4.
3. [ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org)
4. *Семьян Т.Ф.* Визуальный облик журнала «Сноб» // Вестник Южно-Уральского гос. университета. Лингвистика. 2013. Т. 10. № 1. С. 31.
5. *Мардиева Л.А.* Коды визуального поведения и прецедентные визуальные феномены в составе семиотически осложненных текстов средств массовой информации // Политическая лингвистика. 2014. № 2.
6. *Сорокин Ю.А., Тарасов Ю.Ф.* Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990.
7. *Чернявская В.Е.* Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Харьков, 2008. С. 90.
8. *Щирова И.А., Гончарова Е.А.* Многомерность текста: понимание и интерпретация. СПб., 2007.
9. *Ворошилова М.Б.* Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. 2006. Вып. 20.
10. *Анисимова Е.Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация. М., 2003.
11. *Аристотель*: режим доступа [lib.ru](http://lib.ru) > Античная литература > Aristotel / metaphiz. txt.
12. *Добросклонская Т.Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка. М., 2008.

*МГУ им. М.В. Ломоносова*