

Компенсаторная функция текста микроблога

Статья посвящена изучению роли невербальных компонентов в интернет-тексте. Рассматриваются функции и элементы поликодового текста. Описываются и классифицируются виды корреляции, возникающей между вербальной и невербальной частями текста.

Ключевые слова: интернет-текст, поликодовый текст, вербальный компонент, невербальный компонент

Учитывая широкие возможности использования невербальных средств с целью передачи эмоций и описания эмоциональных состояний коммуникантов, можно, по нашему мнению, говорить о компенсаторной функции текста микроблога. В интернет-коммуникации данная функция реализуется с помощью графических невербальных средств (как, например, заглавные буквы как имитация повышения голоса, повторение знаков пунктуации, использование в тексте программных графических средств – «эмотиконов»).

Использование в тексте микроблога компонентов семиотических систем языковой и неязыковой природы говорит о его креолизованном, или поликодовом характере. В настоящее время наблюдается значительный рост интереса к невербальным средствам коммуникации, которые исследуются в работах, посвященных лингвистике текста, но текста не в его традиционном понимании, а текста семиотически осложненного, составного, поликодового, креолизованного. В. Н. Березин отмечает, что иллюстрирование является компонентом текстообразования, а «уровень интегрированности всех изобразительных средств, равно как и других знаковых образований, в единое текстуальное пространство печатных и электронных изданий, весьма высок» [2, с. 162].

Пристальное внимание исследователей привлекает организация поликодовых текстов, соотношение словесного (вербального) и визуального (невербального) компонентов, в том числе и в текстах электронных средств массовой информации.

Признавая изображение как особую знаковую систему, лингвисты положили начало научному осмыслению креолизованных, поликодовых текстов в работах по семиотике. Ю. Я. Герчук считает, что «каждое сообщение существует не изолированно, все они составляют единую сложноорганизованную знаковую среду – семиосферу» [3, с. 38].

Существует несколько терминологических обозначений для текстов, сочетающих в себе естественный язык и элементы других знаковых систем. Так,

например, широко используется термин «креолизованные тексты», введенный Ю. А. Сорокиным и Е. Ф. Тарасовым. Они называют креолизованными «тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащий к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [9, с. 180-181]. Следовательно, креолизованный текст является сложным образованием, где воздействие на адресата оказывают и вербальные, и невербальные элементы. При этом данные элементы представляют собой визуальное и функциональное единство, а также единство структуры и смысла, обеспечивающее комплексное прагматическое воздействие текста на адресата.

Существует еще один термин, введенный ранее Г. В. Ейгером и В. Л. Юхтом, которые в изучении типологии текстов выделяют оппозицию моно- и поликодовых текстов. По мнению авторов, «к поликодовым текстам в широком семиотическом смысле должны быть отнесены и случаи сочетания естественного языкового кода с кодом какой-либо иной семиотической системы (изображение, музыка и т.п.)» [4, с. 107]. Наряду с вышеуказанными, существуют и другие термины, не получившие, однако, широкого применения.

Следует также отметить, что при изучении такого комплексного понятия, как поликодовый текст, необходимо различать вербальный и невербальный компоненты, так как любое сообщение в письменной форме содержит словесный ряд, который также визуален, как любой другой; в данном случае особое значение придается шрифту, цвету, стилю. С точки зрения семиотики невербальный знак имеет принципиальные отличия от вербального, поскольку семантике изображения по сравнению со словом присуща некоторая неопределенность [7].

Основные элементы «классического» поликодового текста – вербальный компонент и невербальный, иконический компонент, представленный изображением (рисунок, фотография, схема, таблица, символ).

Вербальные и невербальные компоненты при объединении в определенную структуру взаимозависимы как в содержательном, так и в формальном планах. Е. Е. Анисимова полагает, что вербальная и невербальная части поликодового текста не являются «суммой семиотических знаков», а интегрируются и образуют «сложный построенный смысл» [1].

В лингвистике существует несколько подходов к описанию и классификации видов корреляции, возникающей между вербальной и невербальной частями текста. Е. Е. Анисимова выделяет два типа отношений между вербальным и невербальными компонентами поликодового текста: отношения взаимодополнения и взаимозависимости. Отношения взаимодополнения подразумевают, что изображение самостоятельно и понятно без вербальной части, т.е. вербальный компонент выполняет вторичную функцию комментария, описывающего изображение и повторяя его информацию. При взаимозависимости частей текста изображение находится в зависимости от вербального комментария, определяющего

его интерпретацию. Комментарий определяет и истолковывает смысл изображения и выполняет первичную, основную функцию [1, с. 12].

О. В. Пойманова использует термин видеовербальные тексты для номинации поликодовых текстов и различает их в зависимости от соотношения объема информации, представленной различными символами, и роли изобразительного компонента: 1) репетиционные – изобразительная часть, в общем, является повторением вербальной; 2) аддитивные – изобразительная часть информационно дополняет вербальную; 3) выделительные – изобразительный компонент выделяет определенный аспект превосходящей по объему вербальной информации; 4) оппозитивные – создание комического эффекта за счет противоречия содержания изображения и вербальной информации; 5) интегративные – «встраивание» изобразительной части в вербальный текст или, наоборот, дополнение изображения вербальным компонентом для совместной передачи информации; б) изобразительно-центрические – изобразительная часть занимает центральное место, вербальный текст является пояснением и конкретизацией [8].

Одним из аспектов анализа поликодового текста является описание паралингвистических средств, среди которых чаще всего выделяют цвет и шрифт. Цвет выполняет несколько важных функций: аттрактивную – привлечение внимания адресата, смысловыделительную – выделяет наиболее значимые смысловые элементы вербальной части, экспрессивную – воздействие на эмоции человека.

Размер и гарнитура шрифта также оказывают значительное влияние на подсознание реципиента информации. Использование различных типов шрифтов обусловлено теми задачами, которые ставит перед собой автор текста. Среди основных функций шрифта принято выделять аттрактивную, смысловыделительную, экспрессивную, характерологическую, символическую, сатирическую и эстетическую функции [1, с. 61-64].

В русле психолингвистики пристальное внимание к поликодовым текстам объясняется стремлением исследователей выяснить роль невербальных средств в смысловом восприятии текста. Присутствие негомогенных элементов в составе поликодовых текстов, по мнению исследователей, является одним из способов интенсификации напряжения в процессе коммуникации как в пространстве самого текста, так и в пространстве его адресата. Так, например, Э. А. Лазарева и Е. В. Горина считают прием «наложения текста одного смыслового поля на текст с другим смысловым полем» приемом когнитивного столкновения, наиболее эффективным при оказании речевого воздействия и манипулирования сознанием реципиента [6, с. 103].

Основным в психолингвистических исследованиях поликодового текста, как отмечает Е. Е. Анисимова [1, с. 13], является положение о том, что вербальная и невербальная информация, получаемая через разные каналы, синтезируется и обрабатывается индивидуумом в едином «универсально-предметном ко-

де мышления» [5]. И хотя на уровне глубинной семантики языка нет принципиального различия между семантикой данных знаков, исследования показывают, что реципиент по-разному воспринимает вербально и невербально передаваемую информацию. Например, информация в форме текста усваивается лишь на 7%, голосовые особенности способствуют усвоению 38% информации, а присутствие визуального образа способно повысить восприятие до 55%. Здесь следует отметить, что информация, представленная посредством вербального кода, воздействует на сознание реципиента рациональным путем, а включение паралингвистических средств переносит восприятие на уровень подсознания. При этом вербальные элементы, в основном, содержат информацию о внешнем мире, а невербальные относятся к эмоциональной стороне общения.

Однако исследователи также отмечают, что изображение в тексте может привести к снижению его эмоциональности и информативности. Причина тому кроется в психологических особенностях восприятия поликодового текста: восприятие вербального текста подталкивает реципиента на приписывание этому тексту таких характеристик, которые извлекаются им не только непосредственно из текста, но и из личностной системы концептов. Наличие изображения ограничивает восприятие текста адресатом и приводит к перестройке смыслового кода, сужению концептуального поля, таким образом, уменьшая возможности интерпретации текста [1, с. 13]. Восприятие «сложно построенного» поликодового текста происходит при двойном кодировании содержащейся в нем информации: концепты изображения и вербального текста «накладываются» друг на друга; создание единого концепта, то есть смысла поликодового текста, происходит за счёт взаимодействия этих двух концептов. При смешении дискурсов разных текстов «адресат воспринимает сразу двойную информацию: очевидный смысл прямо выраженного дискурса и суть скрытого дискурса, направленного на достижение истинных целей автора» [6, с. 103].

По мнению многих лингвистов, взгляд на текст как поликодовое образование является следствием и отражением поликодового характера современной коммуникации, где имеет место значительная визуализация коммуникативных сообщений. За последние годы СМИ трансформировались в новую структуру, обеспечивающую неуклонный рост объемов вербальной и невербальной информации, оказывающей интенсивное воздействие на мышление индивида.

Основными психолингвистическими особенностями общения в глобальной сети являются активность, динамичность, пристрастность и активность субъекта. Эти факторы, безусловно, сказываются и на процессах понимания текста микроблога. На наш взгляд, необходимость появления эмотиконов и частотность их употребления напрямую связана с решением основной проблемы интернет-коммуникации, которая по своей сути является опосредованным взаимодействием – проблемы передачи эмоций. Невозможность получать и передавать информацию об эмоциональном состоянии агенса и реципиента текста приводит к необ-

ходимости поиска путей выражения эмоций, и одним из наиболее доступных и выразительных способов является использование иконического компонента.

Литература

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. М.: Изд. центр «Академия», 2003. 128 с.
2. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: РИП-холдинг, 2003. 174 с.
3. Герчук Ю. Я. Художественные миры книги. М.: Книга, 1989. 239 с.
4. Ейгер Г. В., Юхт В. Л. К построению типологии текстов // Лингвистика текста: материалы науч. конф. при МГПИИЯ им. М. Тореза. Ч. I. М., 1974. С. 103-110.
5. Жинкин Н. И. Речь как проводник информации. М.: Наука, 1982. 273 с.
6. Лазарева Э. А., Горина Е. В. Использование приема когнитивного столкновения в политическом дискурсе СМИ // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Т. 11. Екатеринбург, 2003. С. 103-112.
7. Пешкова Н. П., Давлетова Я. А., Моисеева А. В., Титлова А. С. Текст как инструмент вербального воздействия: психолингвистическое исследование на материале текстов различных типов. Уфа: РИЦ БашГУ, 2017. 328 с.
8. Пойманова О. В. Семантическое пространство видеовербального текста: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1997. 24 с.
9. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990. 240 с.

УДК 81'42

*В. И. Торгашов (Волгоград, Россия)
Волгоградский государственный университет*

Вербализация события участниками президентской кампании 2020 года в США (на материале американских СМИ)

В статье представлены результаты исследования по выявлению средств и способов вербализации одного конкретного события. Исследование показало, что в выступлениях большинства кандидатов на пост президента США, затрагивающих данное событие, преобладают две основные коммуникативные тактики: обвинения и самовосхваления.

Ключевые слова: политическая коммуникация, средства массовой информации, коммуникативные стратегии и тактики, лексические средства с отрицательной коннотацией

В политической сфере не бывает мелочей. В демократическом государстве политические деятели всех уровней находятся под неусыпным контролем