

РОЛЬ І МІСЦЕ ПОЛІКОДОВИХ ТЕКСТІВ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ КІБЕРПРОСТОРИ

Марія КУЗНЕЦОВА (Запоріжжя, Україна)

У статті йде мова про полікодові тексти у сучасному англomовному кіберпросторі. Аналізу підлягають закономірності їх функціонування в межах Інтернет-комунікації. Полікодовий текст визначено як складне когнітивно-комунікативне і семіотично-гетерогенне утворення, в якому вербальні та невербальні елементи складають єдине ціле.

Ключові слова: *полікодовий текст, кіберпростір, Інтернет-комунікація, реципієнт.*

The article deals with the polycode texts in modern cyberspace. It analyzes the patterns of their functioning within the Internet. A polycode text is interpreted as a complex cognitive-communicative and semiotically heterogeneous formation where verbal and nonverbal elements constitute a single whole.

Key words: *polycode text, cyberspace, Internet communication, recipient.*

Інтернет-комунікація у всьому своєму різноманітті (електронна пошта, соціальні мережі, блоги, форуми тощо) відіграє помітну роль у житті сучасного суспільства. Поява нових технології віртуальної взаємодії каузує підвищення її частки у структурі повсякденної комунікації як окремого індивіда, так і цілого соціуму. Інтернет визнаний найважливішим винаходом людства за останні десятиліття [7], а широкомасштабне впровадження новітніх технологій спрямовує сучасну лінгвістику до глибшого розуміння мовознавчих проблем в контексті вивчення комунікації в Інтернет-просторі [27-29].

Комунікація в кіберпросторі має ряд відмінних ознак, головною з яких постає віртуальність, оскільки сам процес спілкування відбувається у спеціально створеному для цього середовищі. Серед особливостей цього середовища поряд із такими характеристиками, як гіпертекстуальність та інтерактивність, чільне місце займає полікодовість, що реалізується в Інтернеті в різних варіантах, але переважно як включеність слова в образотворчий контекст, що призводить до появи принципово нових феноменів і сприяє

створенню інструментарію, який дозволяє користувачеві включати у свої текстові повідомлення елементи інших знакових систем.

Розвиток полікодового спілкування у кіберпросторі є одним із наслідків освоєння користувачами віртуального середовища, що дозволяє будь-якому комуніканту поєднувати у публікованих повідомленнях образотворчі та вербальні елементи за рахунок наданих йому цифрових засобів. За останні роки значно зросла кількість наукових розвідок, присвячених не традиційній лінгвістиці тексту, а лінгвістиці «полікодового» тексту [3; 6; 8; 10; 12-15; 19; 23; 25]. Увагу вчених привертає функціонування полікодових текстів у рекламі [16], газетах [17], на плакатах [22], афішах [21], в кінофільмах [4], музичних кліпах [26], на вебсайтах [11], в Інтернет-спільнотах [20] тощо. Полікодові тексти, розміщені в англомовному кіберпросторі, дедалі частіше отримують статус прецедентних. В цілому вони співпадають за основними формальними характеристиками з іншими полікодовими творами, проте принципово відрізняються від них своєю інтерактивністю, завдяки якій вони слугують основою для продукування безлічі нових текстів, так званих вторинних.

Отже, з огляду на вищезазначене, **актуальність** обраної теми зумовлена найновішими тенденціями вивчення взаємозв'язку та взаємозалежності різних семіотичних систем. Швидкий темп розповсюдження полікодових текстів, їх перетворення в інструмент масової комунікації та прецедентні феномени масової культури, дозволяє вважати, що їх дослідження є актуальним завданням сучасної лінгвістики.

Метою представленої наукової розвідки є аналіз полікодового тексту як одиниці Інтернет-комунікації та як засобу взаємодії текстових антропоморфів у англомовному кіберпросторі.

Поставлена мета передбачає вирішення наступних **завдань**:

- ☐ обґрунтувати доречність терміна «Інтернет-комунікація» та ідентифікувати його специфічні ознаки;
- ☐ розглянути закономірності функціонування полікодових текстів в межах Інтернет-комунікації;

□ встановити прагматичний потенціал полікодових текстів.

Об'єктом дослідження є полікодові тексти, які задіяно користувачами різних Інтернет-спільнот в Інтернет-комунікації, а **предметом** безпосереднього аналізу – закономірності їх функціонування в англomовному кіберпросторі.

Для найменування феномена, що являє собою спілкування в мережі Інтернет існує чимала понятійна парадигма. Обумовлено це, перш за все, відсутністю кодифікованої термінології та єдності у використанні базових понять. Так, у фаховій літературі зустрічаються не менше десятка варіантів номінації досліджуваного феномена. Такий «термінологічний карнавал», який спостерігається у вітчизняній науці, за словами О. І. Горошко [7], може бути пояснений впливом англійської мови, якою написані роботи, що слугують джерелом натхнення для багатьох авторів.

Так, вельми поширене у вітчизняній науці найменування «електронна комунікація» [5], термін «комп'ютерна комунікація» [1], або «комп'ютерно-опосередкована комунікація» [27], номінація «мережева комунікація» [9], «віртуальна комунікація» [2]. На нашу думку, найбільш точним терміном для позначення феномена, в рамках якого функціонують полікодові тексти, слід визнати термін «Інтернет-комунікація». Крім того, доцільність використання саме цього терміна також може бути обґрунтована частотністю його вживання.

Отже, під терміном «Інтернет-комунікація» ми розуміємо різновид опосередкованих взаємодій між індивідами, які використовують комп'ютерні технології та системи, які об'єднані за допомогою електронного каналу в єдину глобальну мережу, і які слугують точками входу за рахунок роботи єдиного програмного комплексу у віртуальне середовище (кіберпростір) із загальними для кола користувачів параметрами. До характерних ознак Інтернет-комунікації науковці, зокрема *О. М. Галичкіна, О. І. Горошко, Л. Ф. Компанцева, О. В. Дєдова, Л. Ю. Щипіцина, D. Crystal, S. C. Herring* та ін., як правило, відносять опосередкованість, дистантність, анонімність, віртуальність, масовість, інтерактивність, креативність, гіпертекстуальність, гетерогенність та полікодовість, яка виступає базовою характеристикою Інтернет-комунікації.

Останнім часом дослідники все частіше звертаються до вивчення текстів, які являють собою організовані комбінації природньої мови з елементами інших знакових систем. На думку Л. С. Большакової, поява таких текстів обумовлена нелінійним типом мислення, характерним для постмодерністської парадигми сучасної наукової свідомості, яка розмикає одномірність тексту і дає йому можливість переходити в інші виміри [3, с. 20]. Таке розуміння тексту дозволяє говорити про виокремлення, відповідно, нелінійного тексту як багатовимірної мережі, в якій всі точки взаємопов'язані.

Понятійна парадигма на позначення структурно-неоднорідних текстів, побудованих на поєднанні семіотично гетерогенних складових, є також доволі широкою. Так, виділяють креолізовані (*А. А. Бернацька, Ю. А. Сорокін, Є. Ф. Тарасов*), мультикомунікативні (*В. Г. Костомаров*), контаміновані або гібридні (*Ю. А. Бельчик*), мульти- / полімодальні (*Г. Кресс, Т. ван Ліувен*) тексти. В інших дослідженнях також використовують термін «полікодовий текст» (*Г. В. Ейгер і В. Л. Юхт*). За словами В. Є Чернявської [24, с. 83], ці терміни увійшли у науковий обіг, підкреслюючи, що текст як комунікативна величина не обмежується лише мовною складовою. Проте, слід зазначити, що термінологічна цінність вищеперерахованих способів номінації не є однаковою.

Термін «полікодовий», з одного боку, фокусує увагу на взаємодії різних кодів, якщо розуміти під кодом систему умовних позначень, символів, знаків і правил їх комбінації між собою для передачі, обробки та зберігання інформації в найбільш пристосованому для цього вигляді. У мовознавстві таке розуміння коду застосовується до мовних знаків і правил їхнього з'єднання між собою. І, з іншого боку, термін «полікодовий текст» звертає увагу на текстуальний характер позначеного явища, його змістовно-сміслову цілісність. Таким чином, використання терміну «полікодовий текст» представляється доцільним і органічним при позначенні тексту як когерентного цілого, що складається з декількох семіотичних кодів. Отже, полікодowymi є тексти, побудовані на з'єднанні в єдиному графічному просторі семіотично гетерогенних компонентів. Об'єднання цих вербальних і невербальних компонентів являє

собою певну структуру, що характеризується проявом взаємозалежності складових як в змістовному, так і у формальному аспектах.

Отже, слід розрізняти вербальний і невербальний компоненти у полікодових текстах. Як невербальні знаки можуть виступати малюнки, фотографії, схеми, реальні предмети навколишнього світу, що становлять предмет спілкування, сюди ж відносяться специфічні тільки для усного спілкування міміку і деякі види жестів. До полікодового утворення, таким чином, можна віднести тексти, що включають в себе аудіальну, візуальну, анімаційну і власне вербальну складову, які функціонують в комплексі.

Полікодовим текстом можна вважати рекламні повідомлення, які розміщуються у кіберпросторі, профіль користувача в соціальній мережі тощо. Однак, якщо коди сприймаються в різних модальностях (наприклад, за допомогою зору / слуху), то такі тексти також можуть називатися полімодальними. В рамках нашого дослідження під полікодовим текстом маємо на увазі текст, розміщений у англomовному кіберпросторі, який поєднує в собі одиниці мови і образотворчі компоненти, які демонструють певний ступінь взаємозалежності (несамостійності). Наприклад, комікс є полікодовим текстом, оскільки видалення однієї з двох складових істотно позначиться на його розумінні і навіть може зруйнувати текст в цілому.

Панує думка, що «... іконічне повідомлення допускає безліч варіантів «прочитання» і, що за допомогою вербальної складової «зусилля адресата ніби отримують певний напрямок. При цьому акцентується одна частина інформації, що відповідає цілям комунікативного акту, і усувається інша, байдужа до цієї мети або суперечить їй» [18, с. 160]. Таким чином, невербальна складова несе в собі значну кількість варіантів інтерпретації, породжуючи ситуацію невизначеності. Вербальний текст взаємодіє із зображенням і знімає цю невизначеність, конкретизуючи комунікативний намір автора в тій частині, в якій семантично перетинається з ним. Полікодовий текст є таким твором, який характеризується не тільки особливою структурою, в яку вбудовані вербальні та невербальні елементи, але й специфічними механізмами засвоєння змісту,

що ним репрезентується. Специфіка механізму визначається формальною і смисловою взаємодією гетерогенних складових.

Отже, у нашому дослідженні полікодовий текст розглядається як цілісне когнітивно-комунікативне і семіотично-гетерогенне утворення, що складається з компонентів, які належать до різних знакових структур – вербальної та невербальної. Комбінація вербальних і невербальних елементів породжує особливий різновид складних текстів, який специфічно детермінує смислопородження реципієнта. Полікодові тексти успішно передають усі базові емоції. Враховуючи ту обставину, що для використання в комунікації полікодового тексту потрібно більше часу, ніж для створення монокодового повідомлення, частотність включення полікодових текстів в Інтернет-комунікацію може свідчити про те, що вони володіють великим потенціалом у трансляції ставлення користувачів до цієї комунікації та їх емоційного стану.

Отже, як **висновок**, слід зазначити, що кіберпростір у всьому своєму різноманітті аранжує всі необхідні умови для породження користувачами власних полікодових текстів. Крім того, можливість використання невербальних елементів, зорема зображень, стає унікальною рисою, яка робить можливим вважати полікодову комунікацію найважливішим феноменом, що впливає на культуру суспільства ХХІ століття.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учеб. пособие для студ. вузов / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект-Пресс, 2005. – 176 с.
2. Бергельсон М. Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации / М. Б. Бергельсон // Вестник МГУ. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – 2002. – № 1. – С. 55-67.
3. Большакова Л. С. О содержании понятия «поликодовый текст» / Л. С. Большакова // Вестник СамГУ. – 2008. – № 4. – С. 20-24.
4. Винникова Т. А. Особенности поликодовой и полимодальной организации кинотекста (на материале художественного фильма "The Queen") /

Т. А. Винникова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 27. – С. 9-11.

5. Галичкина Е. А. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках: на материале жанра компьютерных конференций : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Галичкина Елена Николаевна. – Астрахань, 2001. – 212 с.

6. Гончаренко А. К. Вопросы теории поликодового текста / А. К. Гончаренко // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. – 2011. – № 2. – С. 233-240.

7. Горошко Е. И. Современные интернет-коммуникации: структура и основные характеристики / Е. И. Горошко // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. – М. : Изд-во Наука, Изд-во Флинта, 2012. – С. 9-52.

8. Григорьева Н. Ю. Исследование когнитивной деятельности реципиента поликодового текста / Н. Ю. Григорьева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 24 (315). – С. 81-84.

9. Жичкина А. Е. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] / А. Е. Жичкина, Е. П. Белинская. – Режим доступа : <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>.

10. Зинченко Е. С. Средства реализации персуазивности в баннерном сообщении / Е. С. Зинченко // Вестник Московского университета. Серия: Филология. – 2013. – № 4. – С. 191-201.

11. Лазарева Э. А. Конституирующие особенности интернет-рекламы / Э. А. Лазарева // Политическая лингвистика. – 2008. – № 26. – С. 142-148.

12. Ленкова Т. А. К понятию «креолизированный текст» / Т. А. Ленкова // European Social Science Journal = Европейский журнал социальных наук. – 2013. – № 3 (31). – С. 210-214.

13. Максименко О. И. Поликодовый VS креолизированный текст: проблема терминологии / О. И. Максименко // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2012. – № 2. – С. 93-102.

14. Месропян Л. М. Реализация речевой манипулятивной агрессии в поликодовом тексте / Л. М. Месропян // Научная мысль Кавказа. – 2013. – № 2 (74). – С. 118-122.

15. Мичурин Д. С. Роль поликодовых текстов в самопрезентации участников интернет-сообщества / Д. С. Мичурин // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. – 2013. – № 2. – С. 320-325.

16. Пищерская Е. Н. Стратегический потенциал текста баннерной рекламы : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Пищерская Ольга Николаевна. – Иркутск, 2011. – 198 с.

17. Подшивалова Н. Н. Креолизированный текст на газетной полосе: потенциал единства комплекса / Н. Н. Подшивалова // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. – № 4. – С. 393-396.

18. Пойманова О. В. Семантическое пространство видеовербального текста : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Пойманова Ольга Валентиновна. – М., 1997. – 237 с.

19. Сонин А. Г. Понимание поликодовых текстов: когнитивный аспект. / А. Г. Сонин. – М. : ИЯ РАН, 2005. – 219 с.

20. Усачева О. Ю. Опыт жанрового описания коммуникации, осуществляемой в формат русскоязычного интернет-форума / О. Ю. Усачева // Вестник Центра международного образования МГУ. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. – 2010. – Т. 4. – С. 25-31.

21. Фофин А. И. Вербальный компонент в совмещённом пространстве изображения и слова (на примере афиш тулуз-лотрека) / А. И. Фофин // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. – 2010. – № 1. – С. 45-58.

22. Ходус Е. Ю. Политический плакат Франции как креолизированный текст / Е. Ю. Ходус // Наука. Инновации. Технологии. – 2011. – № 5-1. – С. 118-124.

23. Часовский П. В. Образ университета в социальных сетях / П. В. Часовский // Челябинский гуманитарий. – 2012. – Т. 3. – № 20. – С. 63-67.

24. Чернявская В. Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность : учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 248 с.

25. Чернявская В. Е. Медиальный поворот в лингвистике: поликодовые и гибридные тексты / В. Е. Чернявская // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2013. – № 2 (23). – С. 122-127.

26. Шарифуллин С. Б. Музыкальный клип как вербально-иконический текст: возможности описания / С. Б. Шарифуллин // Человек и язык в коммуникативном пространстве: сборник научных статей. – 2012. – Т. 3. – № 3. – С. 107-111.

27. Щипицина Л. Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации : на материале немецкого языка : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Щипицина Лариса Юрьевна. – Архангельск, 2010. – 459 с.

28. Herring S. C. A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse [Electronic resource] / Susan C. Herring // Language @Internet. – 2007. – Vol. 4. – Access mode: <http://www.languageatinternet.org/articles/2007/761/>.

29. Kress G. R. Multimodal Discourse: the modes and media of contemporary communication / G. R. Kress, T. van Leeuwen. – London : Edward Arnold, 2002. – 152 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Марія Кузнецова – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри теорії та практики перекладу Запорізького національного технічного університету.

Наукові інтереси: лінгвістична інтерпретація тексту, Інтернет-комунікація, полікодові системи, полікодовий характер вторинного дискурсу англомовних текстів сучасної масової культури.