

широкое использование при их создании вербальных и невербальных средств с аргументативной интенцией.

*И. Л. Ильичева (г. Брест)*

## ФЕНОМЕН МУЛЬТИМОДАЛЬНОСТИ СЕТЕВОГО МЕДИАТЕКСТА

Лингвистика текста как отдельная отрасль научного знания с момента ее появления и по настоящее время стремилась к выявлению типологии существующих и вновь появляющихся типов текстов и исчерпывающему описанию их релевантных признаков. В первое десятилетие XXI века в современном блоке языковедческих наук начинает отчетливо прослеживаться новое направление – медиалингвистика – новый актуальный вектор исследовательского интереса, являющийся полидисциплинарным и по составу дисциплин симметричным лингвистике как общей теории языка.

Новый научный поиск обусловлен качественно новым этапом развития социума, связанным с наступлением эпохи информационного общества, увеличением каналов распространения информации, развитием медийных рынков, изменивших статус СМИ, совершенствованием компьютерных технологий, изменением культурных кодов, позволяющих создавать медиатексты на принципиально новой основе.

В наиболее полном виде концепции медиатекста сформулировали в своих исследованиях Т. ван Дейк, М. Монтгомер, А. Белл, Н. Фейерклаф, Р. Фаулер. В теорию российского медиатекста внесли свой вклад такие ученые, как В. В. Богуславская, Н. С. Валгина, С. Н. Деляев, Т. Г. Добросклонская, И. П. Лысакова, В. Ю. Кожанова, В. Г. Костомаров, А. Д. Кривоносов, Ю. В. Рождественский, С. И. Сметанина, Г. Я. Солганик.

Сегодня под медиатекстом исследователи понимают конкретный результат медиапроизводства, медиапродукт – сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, рекламное сообщение, фильм и пр.), адресованное массовой аудитории.

Для создания медиатекстов используется весь спектр языковых выразительных средств и модусов мультимодальности, что приводит к тому обстоятельству, при котором современная текстовая действительность, не отменяя традиционных теорий, требует интегративных интерпретаций, способных объяснить новые аспекты или новые типы текстов массовой коммуникации – смешанных, креолизованных, поликодовых, гипертекстов, мультимедиатекстов, сущностные характеристики которых связаны с развитием информационных технологий.

Продуцируемые новыми медиа медиатексты моделируют и интегрируют в едином смысловом пространстве различные разнородные компоненты: вербальные, визуальные, аудиовизуальные и другие.

Проведенный анализ медиа текстов сетевого дискурса позволил выявить такие свойства Интернет медиа коммуникации, как интерактивность, нелинейность, использование новых нарративных стратегий и цифровых форматов, модульность, ускорение времени и сжатие пространства при акцентировании возможностей мгновенной коммуникации, конвергенция, приводящая к созданию гибридных форм текста и интеграции различных технологий, жанровая диффузность.

Внедрение новых информационных технологий в деятельность средств массовой информации способствовало развитию данной ситуации в области определенного рода творчества. Информация, передаваемая мультимедийными способами, приобретает новые разнокодируемые смыслы. Взаимосвязь изображения и словесного текста в мультимедийной истории переходит в иное качество, различие кодов позволяет распределять сведения и смысловые компоненты между вербальным и виртуальным форматами.

В сетевом поликодовом медиатексте модели интеграции компонентов могут присутствовать в различных конфигурациях, в зависимости от тематики и формата издания. Поликодовый медиатекст, с одной стороны, минимизирует количество разнообразных интерпретаций, а с другой, <sup>2</sup> позволяет находить новые смыслы.

Сочетание вербального текста с другими знаковыми системами, при котором различные семиотические системы тесно взаимодействуют между собой, дает основание говорить о гибридных медиатекстах текстах, одним из которых и является мультимедийная история как жанр, пришедший в Интернете на смену информационной заметке.

Анализ исследуемого корпуса позволяет констатировать, что конвергенция в данном типе текста происходит как на уровне отдельных лексических единиц, так и на уровне всего текста. Нами отмечено, что в рамках мегагибридов достаточно значимую роль выполняют паралингвистические единицы, которые не только дополняют и конкретизируют вербальные части, но и привлекают внимание адресата, способствуют выражению авторской интенции.

Наши наблюдения показывают, что наиболее часто в сетевых текстах наряду с орфографическими, пунктуационными и лексическими средствами используются аватары, эмодзи, мемы, различные шрифты. Эмодзи (смайлики), не являясь речевыми единицами, представляют собой попытку имитации участниками компьютерного дискурса физиогномики и чаще всего выполняют экспрессивную и эмотивную функции. К ним также можно отнести появившиеся не так давно смайлики стандарта эмоджи, выражающие различные эмоции и даже заменяющие отдельные предложения. Появление такого рода паралингвистических средств объясняется принципом языковой экономии, согласно которому в условиях ускорения ритма жизни говорящий осуществляет определенный отбор наиболее рациональных языковых средств.

Новостная информация, поданная в мегагибридном тексте, конструируется и воспроизводится при помощи вербального ряда и визуального сегмента. Однако, ведущей характеристикой «мегагибрида», на наш взгляд, является гипертекстуальность, с помощью которой расширяется не только объем информации, но и ее содержание. Обладая системой связи между отдельными документами с помощью встроенных в текст гиперссылок, гипертекст может неограниченно расширить тематическое поле с помощью ссылок на публикации по предлагаемой или смежной с ней тематике. При этом создается новая коммуникативная среда.

Гипертекстовая организация медиaprостранства предполагает принципиально иной подход к содержанию и структуре сообщения, которое является объединенной общим смыслом конвергентной системой единиц различных знаковых систем (условный вербально-письменный текст и мультимедиа). Очевидно, что институциональные идеи и концепции, которые должен транслировать гипертекст, закладываются во все его структурные составляющие. При этом структурные части гипертекста, формируя или дополняя общий смысл, могут иметь самостоятельное значение.

Гипертекстуальная гетерогенность создаётся через монтаж текстовых типов, при котором во взаимное соприкосновение приходят различные модели текстоорождения и текстовосприятия. Текстовая неоднородность, создаваемая за счёт взаимодействия различных типов текста внутри одного произведения, имеет навигационный характер. При этом следует заметить, что гиперссылки могут располагать как в самом тексте, так и за его пределами.

В мегагибриде присутствует связь между исходной информационной единицей (гипертекст) и его индексальными объектами (отдаленными ссылками). Информационная единица – это основной структурообразующий элемент гипертекста, некий информационный континуум, отграниченный рамками экранного представления. Критерием целостности в данном случае будет взаимодействие и взаимообусловленность элементов. К характерным функциям гиперссылки можно отнести: 1) ссылка на другой источник информации; 2) расширение текстовой структуры; 3) акцентуализация ключевых моментов текста; 4) управление информационным потоком.

В ряде случаев в сетевом медиадискурсе четкие жанровые границы отсутствуют. Для построения текстов используются маркеры различных дискурсивных практик что приводит к жанровой диффузности. Текстам данного типа также присуща множественность модусов реализации и возможность их наложения: письменный и устно-письменный.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что изучение взаимодействия и взаимопроникновения средств вербализации и средств визуализации сетевого медиа сообщения, то есть изучение поликодовых медиа текстов, отвечает новым тенденциям развития лингвистической науки нового этапа в её культурно-семиотических и мультимедийных координатах.