

УДК 811.111'42

DOI <https://doi.org/10.24919/2663-6042.11.2019.175422>

ПОЛІКОДОВІСТЬ ЯК ОЗНАКА АНГЛОМОВНИХ МАС-МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ

Лютянська Н. І.

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

У статті йдеться про полікодовість як ознаку англomовних мас-медійних текстів. Проблему полікодовості розглянуто із врахуванням співвідношення «текст – дискурс». Визначено поняття «текст» і «дискурс» та схарактеризовано ознаки кожного з них. Наголошено на динамічному характері дискурсу та статичному характері тексту.

Проаналізовано останні розвідки та публікації з теорії дискурсу та лінгвістики тексту, які оприявнили такі феномени, як мас-медійний дискурс та мас-медійний текст, що і є матеріалом вивчення в нашій статті. Дослідження проведено з використанням методу семіотичного аналізу, методу прагматичного аналізу та функціонального методу.

Окреслено особливості англomовних мас-медійних текстів, зокрема наголошено на полікодовій природі їх, а також структуровано двома гетерогенними частинами – вербальною та невербальною. Остання зазвичай виражена аудіально або візуально. Виявлено, що тексти, у яких поєднано знаки різних систем, мають різні назви. Серед них – полікодові, контаміновані, гібридні та креолізовані тексти.

Дефіновано поняття «полікодовий текст», яке межує з поняттям «креолізований текст». Виокремлено їхні спільні та відмінні риси. З'ясовано, що повідомлення, які передаються в мас-медійному тексті, закодовані певними знаками. Відповідно знаки в такому повідомленні поділяються на знаки-індекси, знаки-образи та знаки-символи. Кожен із цих різновидів характеризується власними ознаками. Зазначено, що в мас-медійних текстах переважають знаки-образи та знаки-символи. Вони функціонують як єдине ціле, закодовуючи певний фрагмент дійсності. Знаки-образи передають невербальний складник мас-медійного тексту, тоді як знаки-символи – вербальний.

Зауважено, що до полікодових текстів належать і кінотексти, які становлять теж немалий інтерес, позаяк порівняння спільних та відмінних рис таких текстів дає змогу визначити різновиди знаків, характерних для обох різновидів текстів.

Ключові слова: мас-медійні тексти, полікодовий текст, креолізований текст, семіотичний код.

Liutianska N. I. Polycode nature of English media texts. The article deals with polycode nature of English media texts. The above mentioned notion is studied in the close connection to the term "discourse". Their definitions as well as characteristics are given. It is stressed that discourse possesses dynamic character while text possesses static one. The recent publications in discourse studies and text linguistics are analyzed. Recent studies also mention such terms as "media discourse" and "media text". The latter is the basis of our research which was conducted with the help of several methods. They are method of semiotic analysis, method of pragmatic analysis and functional method.

The peculiarities of media texts are studied. English media texts that are spread via the Internet have polycode nature. The latter combine two heterogeneous parts, verbal and non-verbal. Non-verbal part of such texts is expressed via audial or visual means. It is investigated that texts combining signs of different systems are called in different ways. For instance, polycode, contaminated, hybrid and creolized texts. The definition of the term "polycode text" is given and it is studied in the connection to the term "creolized text". Their common and distinguishing features are given. It is studied that message expressed in media texts is transmitted via signs of different types. Signs here can be divided into signs-indexes, signs-images and signs-symbols. Each of the above mentioned types has its own set of characteristics. It should be mentioned that the number of signs-images and signs-symbols is bigger. They function as the whole unity decoding some certain fragment of reality. Moreover, signs-images deal with non-verbal part of the media text whereas signs-symbols – with the verbal one.

Film texts also belong to polycode texts and they are of great interest for studying. Comparison of their common and distinguishing features will give an opportunity to identify types of signs that are inherent for both types of texts.

Key words: media text, polycode text, creolized text, semiotic code.

Постановка проблеми та обґрунтування актуальності її розгляду. Друга половина двадцятого століття характеризується підвищенням уваги лінгвістів до вивчення дискурсу (Т. А. Ван Дейк, В. І. Карасик, G. Cook, J. Cutting).

При цьому термін «дискурс», як його розуміють у сучасній лінгвістиці, є близьким до поняття «текст». Проте в першому випадку йдеться про

динамічний, такий, що розгортається у часі, характер мовного спілкування, а в іншому – про статичний об'єкт, результат мовної діяльності. Згідно з іншим підходом, дискурс одночасно включає динамічний процес мовної діяльності та її результат (текст). Останній розглядають як основну комунікативну одиницю, спосіб зберігання та передачі інформації, форму існування культури та продукт

певної історичної епохи [12, 105]. Текст складається зі слів, кожне з яких містить у собі знак, що також має свою структуру та різновиди. Знаки відіграють важливу роль у процесі порозуміння між автором та реципієнтом [13], а тому й у процесі комунікації. Загальна спрямованість сучасних філологічних розвідок з теорії комунікації, теорії дискурсу та лінгвістики тексту, тенденція до вивчення мовних явищ у культурно-семіотичній площині і зумовлює **актуальність** цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Термін «дискурс» використовується в різних значеннях, що дає змогу вченим стверджувати про «розмитість» його поняттєвих меж. Зокрема, поняття дискурсу асоціюється з усіма виявами комунікації в суспільстві (комунікативний дискурс) [14] та комунікацією у межах певних каналів (візуальний дискурс) [3]. Крім того, дискурс пов'язується з виявом правил спілкування, способів викладу та втілення прагматичної мети мовців (дидактичний дискурс) [8]. У багатьох джерелах дискурс сприймається як вияв культурної комунікації. Наприклад, виділяють дискурс модернізму [10]. Урахування етнокультурних особливостей спілкування дає підстави для виокремлення міжкультурного дискурсу [17]. Соціальні, вікові та статеві характеристики учасників комунікації також ототожнюються з типами дискурсу. У таких випадках говорять про політичний [7] та феміністичний дискурс [11].

У лінгвістиці поняттєвий діапазон терміна «дискурс» теж широкий. З огляду на різноманіття його тлумачень існує таке визначення як «тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву, відбувається в межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників. Дискурс є синтезом когнітивних, мовних, позамовних чинників, які детерміновані конкретним колом «форм життя», залежних від тематики спілкування. До того ж дискурс має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів» [1, 138].

В умовах сучасного суспільства, де рушійною силою є інформація, ключовим видом дискурсу, що реалізує рух соціальної думки і формує концептуальну картину світу людини, є *мас-медійний*, який ще називають *медіадискурсом*. Його визначають як «сукупність процесів та продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації у всьому їх різноманітті та складності їх взаємодії» [4, 21].

Розглядають це явище і як «тематично сфокусовану, соціокультурно обумовлену мовленнєво-мисленнєву діяльність у мас-медійному просторі» [6, 16]. Варто зазначити, що медіадискурс має вигляд ієрархічно організованого континууму текстів, у якому одиниці меншого структурно-змістового об'єму входять до складу більших цілих частин [5, 133]. Різновиди мас-медійного дискурсу залежать від використаних комунікативно-інформаційних каналів і реалізуються завдяки різноманітним мовним засобам і стратегіям.

Формулювання мети і завдань статті. Метою ж цієї статті є дослідження англомовних мас-медійних текстів, що розповсюджуються через мережу Інтер-

нет, загалом і полікодовості як основної їх ознаки зокрема.

Об'єктом дослідження є англомовні мас-медійні полікодові тексти, **предметом** – лінгвопрагматичні особливості англомовних мас-медійних полікодових текстів.

Матеріалом слугують англомовні мас-медійні тексти, що становлять онлайн версію видань – як якісних, так і таблоїдів. Для аналізу вибрано британські та американські мас-медійні видання, які висвітлюють суспільно-політичну тематику.

Під час дослідження ми використовували низку **методів**, серед яких метод семіотичного аналізу, метод прагматичного аналізу та функціональний метод.

Використання методу семіотичного аналізу зумовлене гетерогенною природою текстів сучасних англомовних мас-медіа, у яких знаки різних семіотичних систем існують у тісному зв'язку один з одним, утворюючи єдиний зміст повідомлення. Для декодування останнього необхідно враховувати всі наявні в тексті семіотичні коди. Визначення функціонального навантаження різнокодових засобів у англомовних мас-медійних текстах посприяв функціональний метод. Метод прагматичного аналізу застосовано для встановлення взаємозв'язку засобів, якими автор повідомлення послуговувався для впливу на читача з метою передачі необхідної інформації. Дослідження прагматичного впливу на реципієнта передбачало визначення прагматичної спрямованості вербальних та невербальних засобів впливу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мас-медійні тексти не є однорідними за своєю структурою. Вони поєднують дві частини – вербальну та невербальну. Поєднання в тексті знаків різних кодових систем позначається різними термінами, а саме: *креолізовані тексти* (Ю. А. Сорокін, Є. Ф. Тарасов, А. А. Бернацька), *контаміновані, або гібридні* (Ю. А. Бельчик), *полікодові тексти* (Г. В. Ейгер, В. Л. Юхт, А. Г. Сонін).

Активно вживаним є термін *креолізований текст*, що пов'язаний з термінами *креолізована мова* (змішана мова), *креолізація* (спочатку використовувався на позначення процесу утворення нових етнічних груп, потім – на позначення процесу змішування мов). Виділяють тексти з повною та частковою креолізацією. У текстах з повною креолізацією вербальний компонент залежить від візуального ряду, а власне зображення є обов'язковим елементом. Прикладами таких текстів є реклама, наукові та науково-технічні тексти. Крім того, більшість текстів, що розповсюджуються через мережу Інтернет, належать до текстів з повною креолізацією. Другу групу формують газетні, науково-популярні та художні тексти. У них вербальні та іконічні елементи взаємодіють, при цьому вербальний компонент є автономним, а іконічний – факультативним до основного.

Сучасні дослідження присвячено саме полікодовим текстам. Уперше термін *полікодовий текст* увели 1974 року Г. В. Ейгер та Л. В. Юхт. Вони виділили монотексти та власне полікодові тексти. Останні визначають як тексти, утворені поєднанням в єдиному графічному просторі семіотично гетерогенних складників – вербального тексту в усній або

писемній формі, зображення, а також знаків іншої природи [15, 117]. Згідно з іншими визначеннями, це тексти, у яких повідомлення закодовано семіотично різними засобами, вербальними та невербальними компонентами, які об'єднуються в певну структуру з характерною взаємозалежністю складників, як у змістовому, так і формальному аспектах [9, 235]. При цьому інколи терміни «креолізований текст» та «полікодовий текст» є взаємозамінюваними, оскільки межі між ними не чіткі.

У нашому дослідженні ми будемо використовувати термін *полікодовий текст*, адже він видається доцільним і органічним при позначенні тексту як когерентного цілого, що становить поєднання декількох семіотичних кодів. До полікодових текстів належать тексти, які поєднують у собі аудіальний, візуальний, анімаційний та власне вербальний складники, що функціонують комплексно. Прикладами полікодових текстів є твори кінематографії, телевізійні програми та тексти в мережі Інтернет. У нашому випадку до полікодових текстів відносимо мас-медійні тексти, зокрема й англомовні.

Коди, що зашифровані у мас-медійному тексті, виражені знаками, які відповідно поділяють на: знаки-індекси, знаки-образи та знаки-символи [13].

Знаки-індекси безпосередньо вказують на позначуваний ними предмет.

Знаки-образи є подібними до позначуваних предметів. До них належать картини, креслення, фотографії.

Знаки-символи виражають певні предмети, значення яких встановлюють за взаємною згодою.

Знакову природу мови вивчає семіотика. Використовуючи засоби семіотики, автор мас-медійного тексту може завдяки словам-символам описати ситуацію, про яку йдеться.

Мас-медійні видання переважно характеризуються знаками-образами та знаками-символами. До знаків-образів належать фотографії, що супроводжують мас-медійний текст. Їх використовують одночасно зі знаками-символами. Добір знаків-символів, а відповідно й знаків-образів, які формують єдине ціле, залежить від цільової аудиторії та мети повідомлення. Знаки-символи привертають увагу читачів, несучи певне смислове навантаження. Якщо говорити про заголовки та добір знаків до них, то вони акумулюють значення всього мас-медійного тексту, передають його основну ідею та водночас зацікавлюють потенційних читачів. Наприклад,

Trump said 'compromise.' His tone said otherwise.

У наведеному прикладі подано заголовок із якісного видання "The Washington Post". Власне мас-медійний текст був представлений у рубриці "Opinions", у якій друкуються думки авторитетних осіб щодо суспільно-політичних тем. Із заголовку стає відомо про промову президента США Дональда Трампа, яка була досить не вдалою і не мала відповідного перлюкутивного ефекту.

Hong Kong's identity as a city of rights and freedom is under threat – so we protest

Інший заголовок дібрано із якісного британського видання "The Guardian". Завдяки певному набору знаків-символів заголовок акумулює основну ідею мас-медійного тексту – передачу повідомлення про протести у Гонг-Конзі. Метою ж цього заголовка є привернення уваги потенційних читачів, які цікавляться тематикою протестів.

Важливу роль відіграють знаки-символи і при кодуванні повідомлення для передачі певного фрагмента дійсності. У цьому випадку варто зазначити і складник повідомлення, який передають знаками-символами. Йдеться про особливості графічних засобів (розмір і колір шрифту). Нижче запропоновано фрагмент з попереднього мас-медійного тексту про промову Дональда Трампа:

By [Danielle Allen](#)
February 6 at 1:23 PM

Danielle Allen is a political theorist at Harvard University and a contributing columnist for The Post.

The stated theme of President Trump's [State of the Union](#) was compromise. Was his speech convincing? The philosopher Aristotle taught that the persuasive qualities of oratory flow from a combination of the line of argument, the character of the speaker and the emotional orientation the speaker conveys to the audience. For instance, to believe a speaker, you have to think that person directs goodwill toward you. The president said "compromise," but does his character and did the emotional tenor of the speech back up that stated claim?

They did not (1)

Як видно із поданого фрагмента, кожен частину повідомлення виділено окремим кольором або шрифтом, що несе своє навантаження у сприйнятті змісту повідомлення. Спочатку подано відомості про автора тексту, його посаду, а потім власне повідомлення. Подібна організація повідомлення характерна і для ще одного уривку із тексту про протести у Гонг-Конзі:

[Antony Dapiran](#)

The proposed law has provoked a response like no other in recent years. Here's why

In extraordinary scenes that could have been a direct replay of 2014's Occupy Central protests, thousands of anti-government protesters surrounded the [Hong Kong](#) government offices and Legislative Council building at Admiralty today, blocking roads and forcing the government to postpone a planned meeting to debate a controversial proposed extradition law (2)

Примітно, що візуальний елемент мас-медійного тексту відтворено знаками-образами, вираженими фотографіями персонажів статей або предметів, про які йдеться. Вони переважно різнокольорові та передають тональність вербальної частини повідомлення. У першому випадку йдеться про фотографію Дональда Трампа під час його промови (див. Рис 1), а в другому – про зображення протестантів у Гонг-Конзі (див. Рис 2).



Рис 1



Рис 2

Усі елементи англомовних мас-медійних текстів взаємопов'язані між собою, утворюють єдине ціле, поєднуючи дві гетерогенні частини, що виражені як знаками-символами, так і знаками-образами.

Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Отже, дослідивши англомовні мас-медійні тексти, ми дійшли висновку, що вони не є однорідними за своєю структурою. Англомовні мас-медійні тексти належать до полікодових утворень, які поєднують знаки різних видів

для передачі основного повідомлення та впливу на потенційну аудиторію читачів. До таких знаків належать відповідно знаки-символи та знаки-образи, які функціонують як єдине ціле задля передачі повідомлення.

Перспективами подальших розвідок вважаємо дослідження полікодовості інших видів текстів, наприклад, кінотекстів, для порівняння спільних та відмінних рис між ними та аналізу різновидів знаків, характерних для кожного з них.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики / Ф. С. Бацевич. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
2. Бернацкая А. А. К проблеме «креолизации» текста : история и современное состояние / А. А. Бернацкая // Речевое общение : [специализированный вестник]. – Красноярск : Красноярский университет, 2000. – Вып. 3 (11). – С. 104–110.
3. Дашибалова И. Н. Образ детства в советском визуальном дискурсе 1930-х гг. [Электронный ресурс] / И. Н. Дашибалова // Исследовательский комитет «Социология детства» Российского общества социологов. – Режим доступа : <http://ik.childsoc.ru/doc/tashibalova.pdf>
4. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации / Т. Г. Добросклонская // Вестник МГУ. Сер. 10 : Журналистика. – 2006. – № 2. – С. 20–23.
5. Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиадискурса : О проблеме речевого взаимодействия тропов в языке СМИ : [монография] / М. Р. Желтухина. – М. : Ин-т языкознания РАН ; Волгоград : Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 656 с.
6. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс : к методологии исследования / Е. А. Кожемякин // Научные ведомости. – Серия : Гуманитарные науки. – 2010. – № 12 (83). – Вып. 6. – С. 13–21.
7. Маслова В. А. Политический дискурс : языковые игры или игры в слова? / В. А. Маслова // Политическая лингвистика. – 2008. – Вып. 1 (24). – С. 43–48.
8. Олешков М. Ю. Жанровая аттракция в дидактическом дискурсе / М. Ю. Олешков // Жанры речи. – 2011. – Вып. 7 : Жанр и языковая личность. – С. 116–126.
9. Орлова Т. Г. Поликодовый текст / Т. Г. Орлова // Педагогическое речеведение. – М., 1998. – С. 235–236.
10. Павличко С. Дискурс модернізму в українській літературі / Соломія Павличко. – К. : Либідь, 1999. – 444 с.
11. Приходько Н. Ю. Феминистский дискурс мировых религий : статус женщины в буддийской традиции / Н. Ю. Приходько // Вестник ТГЭУ. – Серия : Философия. – 2009. – Вып. 4. – С. 95–104.
12. Романишин Н. Співвідношення понять текст, твір і дискурс у сучасній лінгвістиці / Наталія Романишин, Валентин Голтвян // Людина. Комп'ютер. Комунікація : [зб. наук. праць]. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2015. – С. 105–112.
13. Серажим К. Семантичний і семіотичний аспекти аналізу текстів / Катерина Серажим // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналистика. – 2013. – № 20 – С. 34–36.
14. Слюян Г. Г. Коммуникативный дискурс справедливости : автореф. дисс. ... канд. философ. наук : спец. 09.00.11 «Социальная философия» / Г. Г. Слюян. – СПб, 2009. – 24 с.
15. Сонин А. Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления / А. Г. Сонин // Вопросы языкознания. – М., 2005. – № 6 – С. 115–123.
16. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М. : Наука, 1990 – 268 с.
17. Шенбергер И. И. Коммуникативная ситуация недоразумения в межкультурном и внутрикультурном дискурсе : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / И. И. Шенбергер. – Новосибирск, 2010. – 24 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Trump said 'compromise'. His tone said otherwise [Electronic resource] // The Washington Post. – 6 February 2019. – Mode of access : https://www.washingtonpost.com/opinions/trump-said-compromise-his-tone-said-otherwise/2019/02/06/f9310c50-2a31-11e9-984d-9b8fba003e81_story.html?utm_term=.40256d552ea3
2. Hong Kong's identity as a city of rights and freedom is under threat – so we protest [Electronic resource] // The Guardian. – 12 June 2019. – Mode of access : <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/jun/12/hong-kongs-identity-as-a-city-of-rights-and-freedom-is-under-threat-so-we-protest>