

УДК 070 : 801.7 : 003

ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ МЕДИАТЕКСТ: ПОЛИКОДОВЫЕ АСПЕКТЫ КАК ПРЕДМЕТ ГЕРМЕНЕВТИКИ

Б. Я. Мисонжников

Санкт-Петербургский государственный университет
кафедра периодической печати

Рассматриваются закономерности построения текста печатного издания как произведения сложной негомогенной системы, представленной разными по своей природе знаковыми материалами, вследствие чего воссоздается единый поликодовый текстовый комплекс. Его структурная и семантическая организация столь сложна и разносистемна, что требует специального механизма идентификации, роль которого может выполнить феноменологическая герменевтика. Именно ей в настоящее время в науке уделяется особое внимание.

Ключевые слова: *текст, дискурс, поликодовый текст, герменевтика, знаковый комплекс, шрифтовая графика, дизайн, когезия, когерентность.*

Подчеркивая, что «важен анализ текстов в рамках герменевтической парадигмы (герменевтика – наука о понимании)» [7], мы имеем в виду прежде всего то, что предметом герменевтического исследования обычно становятся вербальные тексты, утратившие свое дискурсное начало в силу причин разного характера, чаще всего темпорального. Герменевтика в этом случае выступает как инструмент идентификации текстового материала, подвергшегося семантическим трансформациям в результате времени – чаще всего это весьма длительный период, – которое прошло с момента текстопорождения. Так, трудно понять смысл сочинения, автор которого, Шан Ян, жил более двух тысячелетий тому назад, и «для понимания сути его работ необходимо обладать знаниями в области герменевтики» [14].

Но предметом герменевтического анализа становятся не только тексты, в течение минувших лет утратившие свою смысловую идентичность, но и тексты, требующие истолкования по тем или иным параметрам, не связанным с темпоральными факторами воздействия. Более того, «в зоне герменевтического анализа могут оказаться любые субъективно воспринимаемые внешние знаки» [13]. Идентификация «внешних знаков», не только символических, лежащих в основе знаков, образующих вербальные тексты, но и знаков иконических, также становится предметом герменевтики, что непосредственно связано с ее обращением и к лингвизуальным материалам, а именно к поликодовым текстам как феноменам. Уже само существование этих артифицированных негомогенных систем отражает философию дизайна в его корреляции категорий «риторики» и «онтологии», обнаруживая достаточно высокий уровень их диалектической контрарности. Поликодовый текст, будучи феноменом, требует именно

феноменологического анализа, и «противоположение *риторики бытию* уже имеет свою версию *снятия* – речь идет о феноменологической герменевтике, предлагающей не доискиваться до бытия как такового, ибо человеку оно явлено как истолкованное, интерпретированное бытие» [6, с. 174]. Поликодовый текст, обретая дискурсные признаки, соответствующим образом овеществляется и формализуется. Таким образом, «дизайн дает вещи язык и тем самым вызывает ее к бытию. И здесь велико искушение представить дискурс посредником между человеком и таинством бытия, что и происходит в феноменологической герменевтике» [6, с. 177].

Публицистический медиатекст всегда репрезентируется как текст, завершенный в содержательно-вербальном и визуально-графическом аспекте, – в противном случае этот текст пребывает исключительно в имажинативном состоянии. Но эта завершенность, однако, всего лишь номинативно-фактическая, сугубо предварительная и общая, просто свидетельствующая о том, что рождение медиапроизведения состоялось. В материальном плане это пока всего лишь, условно говоря, *текст-графема*, схематичное и относительное представление о будущем визуальном воплощении.

Данную завершенность можно считать только упрощенным индексом появления медиатекста. Дальнейшая его экзистенция предусматривает практически константную содержательно-вербальную выраженность – лишь в некоторых случаях может осуществляться модификация содержания и вноситься редакторская правка. А вот что касается визуально-графического аспекта реализации, то в этом случае предполагается практически всегда значительная доработка: внешняя форма медиатекста адаптируется к совершенно конкретному изданию с использованием соответствующей шрифтовой графики и, как правило, с привлечением дополнительных средств формализации, интегрированных в общее текстовое пространство. По мере подготовки текста к публикации усиливается привнесенный графический компонент и возрастает, таким образом, знаковая гетерогенность общего текстуального пространства.

Вербальный компонент отличается минимальной гибкостью своей внутренней формы, он метафизически самодостаточен и в дискурсном отношении четко выражен: в содержательно-вербальном аспекте текст, будучи именно публицистическим медиатекстом, создается уже изначально как дискурс. В качестве феноменологической категории он материализуется и оформляется в соответствии с отраженными в модели императивами. «Что же касается метода комплексного моделирования, то четыре структурообразующих уровня его парадигмы (тематика – жанры – композиция – графика)» [10, с. 61] способствуют созданию объединенного текстуального пространства. Воссозданный семиотический комплекс существует как феномен – чувственно воспринимаемый материал. В процессе идентификации он становится предметом сенсорной системы индивида и объектом феноменологической герменевтики.

Последняя обращена к целостному коммуникативному акту, что необходимо специально подчеркнуть, поскольку любой медиатекст, в том числе и газетный, реализуется многоканально: сначала на уровне первой сигнальной системы, а затем уже, практически сразу, происходит включение

второй сигнальной системы, формируется система отвлеченных образных построений. При идентификации целостного объекта реципиент обращается обычно не к каким-либо отдельным элементам текстуального континуума, а ко всему системному образованию. И. Ю. Мясников утверждает: «Существование в газете и неочевидность взаимовлияния текстового и внетекстового компонентов издания наводит на мысль об определенных параллелях с затрагиваемой лингвистами, в том числе Т. А. ван Дейком, проблеме сосуществования вербального и невербального в коммуникации. В традиционном анализе дискурса внетекстовым элементам, как правило, отводится роль данности, они отображаются своего рода *судьбой* коммуникации: их значительная, а то и решающая роль констатируется, однако системное, методологически осмысленное рассмотрение эти факторы получают крайне редко. Это диктует необходимость осмысления протекания коммуникации с читателем как минимум в двух измерениях – текстовом и визуальном» [8, с. 138]. Таким образом, в формировании дискурса участвуют системно совершенно различные элементы, и отнюдь не так просто определить значение и роль их в процессе построения дискурсного пространства. Проблема заключается в их функциональных приоритетах, а именно в том, оказываются ли визуальные законодатели «несущими содержание» или «дифференцирующими содержание» [15, с. 209]. Идентифицировать субъектные особенности визуальных и вербальных элементов сложно, в частности, и потому, что они, в материально-субстанциональном плане оставаясь различными и самодовлеющими, семантически сращиваются, воссоздавая дискурсное поле.

Реципиент очень быстро реагирует на текстовые комплексы, представленные на странице в привычном ему варианте, и универсальный тезаурус позволяет ему относительно легко включать механизм визуального опознания и достаточно эффективно идентифицировать знаки письма, которые обретают «современный графемно-фонемный вид» [11, с. 236]. Отмечая факт практически незамедлительного включения у реципиента второй сигнальной системы при восприятии поликодового знакового комплекса, мы должны учитывать, что при идентификации некоторых текстуальных образований процесс декодирования знакового материала может в той или иной мере быть затрудненным по разным причинам, в частности в связи с усложненной графической структурой законодателей. Это могут быть не без труда отождествляемые шрифты некоторых гарнитур, в частности кириллица (комплекс знаков для набора на древнерусском и старославянском языках), знаки глаголицы, фрактур (готические знаки) и т. д. [12, с. 168–170]. Причем элементы усложненной графики, представленные не только глифами как эстетизированными единицами письменной речи, но и всевозможными дополнительными графическими образованиями, в большом объеме встречаются также и в газетно-журнальных изданиях со значительным дискурсным потенциалом. Однако особенно много их в текстах, не имеющих отношения к массмедиа, утрачивающих дискурсное начало в силу темпоральных факторов. Что касается старинных текстов, то можно отметить случаи использования надписных букв, суспензии (отбрасывание окончания слова, а то и части корня), контракции (сжатие слова с выпущением одной или

нескольких букв) [2, с. 110].

Единство компонентов семиотического комплекса образуется вследствие когезии всего семиотического материала: вербальный, или символический, материал коррелирует с иконическим, в процессе чего уменьшается изначальная текстовая энтропия, активно реализуются интегральные интенции. Когезия действует на всех уровнях текстовой интеграции: способность к единению разных, казалось бы, по своей природе знаковых комплексов является основой возникновения того или иного медиатекста как текстового самодостаточного континуума. Очаги отчетливо выраженной активной когезии возникают в текстуальном пространстве по мере формализации *текста-графемы*, причем нельзя не замечать особенно сложных форм воздействия графического материала, а именно паралингвистического, на семантические аспекты медиатекста, обретающего репрезентативную и аутентичную структуру. Так, редакцией газеты *Financial Times* «в крайнем слева двухколоннике новостей на первой полосе используется невыключенный набор (этот прием повторили в колонке „Новостей“ „Финансовые известия“). „Рваная“ строка должна свидетельствовать об оперативности информации...» [4, с. 95].

В результате когезии, проявляющейся сингулярно и до некоторой степени спонтанно на различных уровнях процесса текстуальной модификации, будет осуществляться последовательная текстотворческая миссия, построение текстового произведения, которое уже будет в полной мере отвечать требованиям *архитектоники*. Что касается графем как отдельных элементов письменной речи, то они, приобретая определенные шрифтовые черты, прежде всего принадлежность к определенной гарнитуре, графически индивидуализируясь и воплощаясь, будут представлять собой глиф – одновременно как процесс и результат, как единицу графической реализации. И если графема в эстетическом плане совершенно индифферентна, то глиф становится сильным и влиятельным элементом архитектуры, активно формирует общий эстетический план номера издания как завершенного произведения – носителя содержания, причем в качестве феномена, т. е. чувственно воспринимаемого объекта. Вследствие этого и становится возможным применение феноменологической герменевтики как идентификационного механизма.

В области дизайна существует конкретное императивное требование, которое предусматривает использование для основного корпуса текста шрифтов лишь одной гарнитур. Зачастую это эксклюзивные шрифты, и «в последнее время все более очевидной становится тенденция заказа шрифта под образ и графическую концепцию издания» [3, с. 326]. Возможно использование и шрифтов двух гарнитур, но максимально близких по своим графическим выразительным качествам. Однако для публикации рекламы в этом же номере применяются шрифты уже других гарнитур, и количество их может быть весьма велико. Таким образом, количество глифов возрастает, образуя аллографический эффект. Кроме шрифта, как основное формообразующее средство выступает и иконический текстовый компонент, и все это сопровождается фактором воздействия многочисленных акцидентных средств формообразования – от простых линеек до графически сложных

политипажей.

Возникающее поликодовое текстовое поле активно воздействует на содержательные текстовые аспекты, в то же время не создавая принципиально нового содержания: именно филологический компонент преобладает над изобразительным. Графичность, проявляясь во всей совокупности используемых пластических средств, должна быть ограниченно довлеющей, т. е. минимально достаточной, неизбыточной для сопровождения и выявления аспектов вербального текста, представленного символами. Не умаляя той роли, которую визуальные средства играют в общем процессе текстуализации, следует все же признать приоритет вербального речеизъявления. В поликодовом медиатексте основную роль будет играть филологический фактор, который многоаспектно определяет семантику текста в его связи с важнейшими историческими, культурными, духовными сторонами жизни. Филология «глубоко интегрировала в себя герменевтику текста, выяснение его смысла (исторического и трансисторического). Именно по этому параметру, а не по аллографичности объекта, проходят наиболее глубокие сходства и различия между нею и историей» [5]. Даже в сугубо профессионально-технологическом плане при медиапроизводстве иконография требует вербального пояснения: «Обязательный элемент документальных фотографий – подписи к ним. При этом подпись должна служить продолжением истории и помогать понять, что и кто именно, и – важно! – почему изображен» [9, с. 18]. Без вербального сопровождения невозможно выполнить эти безусловно справедливые императивные требования.

В процессе объединения разносистемных семиотических комплексов и в результате действия принципов когезии возникает эффект холизма – «философской целостности» материала. Это основа поликодности, позволяющая увидеть данный процесс через призму феноменологической герменевтики. Она позволяет, прежде всего, многоаспектно идентифицировать графический компонент поликодового текста, а затем и вербальный в плане формы и содержания, причем с учетом реализации эстетизации обоих текстовых составляющих. Принципиально важным критерием может выступить уровень понижения общей энтропийности поликодового текста, что является главной целью герменевтического анализа. В этом процессе отразится и уровень текстовой когерентности: «В отличие от когезии, которая реализуется на отдельных участках текста, когерентность – это свойство текста в целом. Когезия есть связь линейная, локальная, когерентность – смысловая, глобальная» [1]. Благодаря рациональному использованию методологии феноменологической герменевтики можно добиться идентификации уровня когерентности текстового материала, выявить закономерности поликодового текстопостроения и воссоздать общую картину как результат многоаспектного текстотворчества.

Список литературы

1. Безуглая, Л. Р. (Лидия Силина) Когерентность поэтического текста (на материале сайта «Стихослов») [Электронный ресурс] / Л. Р. Безуглая. – Режим доступа: <http://www.stihi.ru/2011/07/29/6988>. – Дата обращения: 25.02.2013. – Загл. с экрана.
2. Викулова, Л. Г., Заврина, А. В. От каролингского минускула к готическому письму: к пониманию сущности графических изменений в старофранцузских манускриптах [Текст] / Л. Г. Викулова, А. В. Заврина // Понимание в коммуникации. Человек в информационном пространстве : сб. науч. тр. – Ярославль : Ярослав. гос. пед. ун-т, 2012. – Т. 1. – С. 106–112.
3. Волков, В. В. Качественный дизайн качественных изданий [Текст] / В. В. Волков // Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве : мат. науч.-практ. конф. (31 января – 4 февраля 2006 года, Москва) ; отв. ред. Я. Н. Засурский, Е. Л. Вартанова, М. В. Шкондин. – М. : Моск. гос. ун-т, 2006. – С. 326–327.
4. Галкин, С. И. Оформительская модель [Текст] / С. И. Галкин // Дизайн периодических изданий : учеб. пособие ; под ред. Э. А. Лазаревич. – 2-е изд. – М. : Моск. гос. ун-т, 2004. – С. 33–44.
5. Зенкин, С. Микроистория и филология [Электронный ресурс] / С. Зенкин. – Режим доступа: http://www.ec-dejavu.net/m-2/Microhistory_Zenkin.html. – Дата обращения: 27.02.2013. – Загл. с экрана.
6. Лола, Г. Н. Дизайн. Опыт метафизической транскрипции [Текст] / Г. Н. Лола. – М. : Изд-во МГУ. 1998. – 264 с.
7. Маслова, В. А. Лингвокультурология [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. А. Маслова. – Режим доступа: <http://gardev.com/belb/obmen/Lingvokultur.htm>. – Дата обращения: 01.03.2013. – Загл. с экрана.
8. Мясников, И. Ю. Коммуникативное моделирование прессы: жанровая структура издания как ключ к структуре его дискурса [Текст] / И. Ю. Мясников // Вестник Томского государственного университета. – 2011. – № 3 (15) (Филология). – С. 133–145.
9. Мясников, И. Ю., Цырфа, А. Ф. Газета прямо сейчас [Текст] / И. Ю. Мясников, А. Ф. Цырфа. – Томск : Томский союз журналистов. – 2007. – 26 с.
10. Мясников, Ю. Н. Технология моделирования и проектирования периодики региона : пособие по спецкурсу и спецпрактикуму [Текст] / Ю. Н. Мясников. – Томск : Томск. гос. ун-т. – 2010. – 126 с.
11. Норман, Б. Ю. Теория языка. Вводный курс [Текст] / Б. Ю. Норман. – М. : Флинта : Наука. – 2009. – 296 с.
12. Фотонаборные шрифты : каталог-справочник [Текст] ; сост.: Г. И. Козубов, В. В. Ефимов. – М. : Книга. – 1983. – 176 с.
13. Чернова, Я. С. Философская герменевтика Поля Рикера [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.03 / Я. С. Чернова ; Тамбов. гос. у-т. – Саратов, 2012. – 18 с. – Режим доступа: <http://www.sgu.ru/files/nodes/89226/schernovaavto.pdf>. – Дата обращения: 10.03.2013. – Загл. с экрана.
14. Шан Ян как философ создал работы, непонятные сейчас адекватно без «герменевтической расчистки» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://antisimulacrum.com/%D0%A8%D0%B0%D0%BD_%D0%AF%D0%BD.html. – Дата обращения: 10.03.2013. – Загл. с экрана.
15. Schröder, H. Semiotische Aspekte multimedialer Texte [Текст] / H. Schröder // Fachtextpragmatik / hrsg. von H. Schröder. — Tübingen : Gunter Narr Verlag. – 1993. – P. 189–213.

**NONFICTION MEDIA SCENARIOS:
MULTYCODE ASPECTS AS A HERMENEUTICS SUBJECT**

B. Ja. Misonzhnikov

St.-Petersburg State University

The department of print media

The article deals with the laws of the text printed publication as products of complex inhomogeneous system presented different in nature iconic materials, resulting in a single reconstructed multycode complex text. Its structural and semantic organization so complex and different systems that require special identification mechanism, the role of which can perform a phenomenological hermeneutics. In currently science it has special attention.

Key words: *text, discourse, multycode text, hermeneutics, landmark complex font graphic design, cohesion, coherence.*

Об авторах:

МИСОНЖНИКОВ Борис Яковлевич – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати Санкт-Петербургского государственного университета (199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7-9), e-mail: boris.misonzhnikov@gmail.com