

УДК 811.161.1'221'42:070(086)(470)

DOI 10.37972/chgpu.2024.125.4.013

*А. А. Распопов, С. С. Хромов*

**СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ  
ПОЛИКОДОВЫХ ТЕКСТОВ РОССИЙСКИХ НОВЫХ МЕДИА  
(НА ПРИМЕРЕ КОРОТКИХ ВЕРТИКАЛЬНЫХ ВИДЕО)**

*Московский политехнический университет, г. Москва, Россия*

**Аннотация.** В настоящее время поликодовые тексты широко распространены в сфере ме-  
диакоммуникации, при этом наблюдается усложнение алгоритма взаимодействия разных кодов  
в процессе смыслопорождения. Подобного рода тексты, создаваемые современными российскими  
СМИ, синсемантически, поскольку в их основе лежит сразу несколько знаковых систем. В данной  
статье анализируются так называемые короткие вертикальные видео с точки зрения взаимодей-  
ствия вербального, иконического и мелодического компонентов и их воздействия на содержание  
сообщения. Актуальность работы обусловлена отсутствием отечественных исследований влияния  
креолизации на формальные и содержательные особенности поликодовых текстов (видеороликов  
вертикального формата). Цель исследования – выявить соотношение разнородных вербальных  
и невербальных элементов коротких вертикальных видео и описать, как их взаимное влияние  
рождает глубинный, непосредственно не наблюдаемый смысл. Материалом для исследования вы-  
ступают 100 роликов пяти федеральных российских СМИ, для анализа которых применяются ме-  
тоды количественного и качественного контент-анализа. Авторы приходят к выводу о неполноте  
понятия «креолизованный текст» для характеристики подобного рода поликодовых образований  
и необходимости введения термина «синергетический знак», вербальные и невербальные элемен-  
ты которого синсемантически по отношению друг к другу. Результаты исследования помогут опи-  
сывать данные сложные поликодовые образования и декодировать их содержание.

**Ключевые слова:** *поликодовый текст, мультимодальный текст, новые медиа, вертикаль-  
ные видео, креолизация, синергетический смысл текста, синергетический знак, русский язык*

*А. А. Raspopov, S. S. Khromov*

**SYNERGETIC POTENTIAL  
OF POLYCODE TEXTS OF RUSSIAN NEW MEDIA  
(USING THE EXAMPLE OF SHORT VERTICAL VIDEOS)**

*Moscow Polytechnic University, Moscow, Russia*

**Abstract.** Today, polycode texts dominate the field of media communication, while the mechanics  
of interaction between different codes in the process of meaning generation are becoming more compli-  
cated. Thus, many polycode texts of modern Russian media are inherently synsemantic, and they are  
based on several sign systems at once, while none of them can be called dominant. Looking at a polycode  
text as a text with illustrations, that is, a text in which the verbal series is primary, seems somewhat sim-  
plified. This article examines exactly such a format of the Russian media – short vertical videos – from  
the point of view of the interaction of the verbal, iconic and melodic components and their influence on  
the content of the message. The relevance of the article is due to the lack of the Russian studies of the ef-  
fect of creolization on the formal and substantive features of polycode texts of Russian media distributed  
in the format of short vertical videos. The purpose of the study is to identify the ratio of heterogeneous  
verbal and non-verbal elements of vertical videos and describe how their mutual influence contributes to  
a deep, not directly observable meaning of education. The research material consists of 100 videos from  
five federal Russian media, which are studied using methods of quantitative and qualitative content analysis.

As a result of the study, the authors conclude that the concept of the *creolized text* is incomplete to describe this type of polycode texts and the need to introduce the term “synergetic sign”, the verbal and non-verbal elements of which are synsemantic in relation to each other. The results of the study will help to describe these complex polycode formations and decode their contents.

**Keywords:** *polycode text, multimodal text, new media, vertical videos, creolization, synergetic meaning of the text, synergetic sign, Russian language*

**Введение.** Развитие общества сегодня ознаменовано все расширяющейся ролью коммуникационных технологий, формирующих определенный образ жизни каждого из нас, если не сказать больше – нового человека. Цифровизация, затрагивающая все сферы социума – от искусства до банкинга, как отмечают исследователи А. Г. Качкаева и С. А. Шомова, «оцифровывает» и человека, меняя его мышление. Речь идет, например, о появлении «трансактивной памяти», когда люди начинают опираться на эту способность сознания друг друга, «эффекта гугла», при котором алгоритм и скорость поиска становятся важнее запоминания фактов, «рассеянности внимания», связанной с «феноменом многозадачности», когда необходимость перемещения в сетевых потоках тренирует восприятие [13, С. 15–18].

По мнению исследователя А.-М. Ариас, развитие технологий явилось результатом того, что современный образ мышления построен на активном использовании поликодовых комбинаций в процессе общения и взаимодействия [3]. Л. С. Большакова считает, что особенно заметно это проявляется в медиакоммуникации и компьютерно-опосредованной коммуникации [6, с. 20]. В этих сферах развитие цифровых технологий привело к доминированию смешанных текстов, фактура которых состоит из вербальных и невербальных единиц. В связи с этим, по мнению Х. Штекля, невозможно исследовать текст, опираясь лишь на его категории и не учитывая явление многомерности [22].

Для описания таких текстов зарубежные исследователи чаще всего прибегают к термину «мультимодальный текст» [2, с. 77]. Г. Кресс, отмечая, что согласованного определения «мультимодальности» не существует, пишет, что данный феномен оспаривает тезис западной культуры о том, что язык «способен выразить любой аспект человеческого существования» [10, с. 78]. Развивая свою мысль, исследователь приходит к выводу, что «то, что до сих пор делалось с помощью речи или письма, будет делаться с помощью других семиотических средств» – «если раньше язык рассматривался как ресурс, который предлагает «метаязык» с его «метаформами», то теперь другие модусы берут на себя роль обеспечения «метаформами», специфичными для конкретных модусов» [10, с. 79]. Эти модусы, по Г. Крессу, при коммуникации образуют модальные ансамбли, в дизайне которых проявляется принцип взаимодополняемости. При этом «смысл в целом возникает из вклада каждой части в ее взаимодействии со всеми другими частями», т. е. каждый модус имеет определенное значение, поэтому мультимодальный текст не может быть верно прочитан вне совокупности его элементов [10, с. 85].

Исследователи при описании комбинированных текстов редко апеллируют к термину «мультимодальный текст», чаще всего используются определения «креолизованный», «интегративный», «интерсемиотический», «семиотически осложненный», «поликодовый» и др. Наиболее употребительными являются понятия «креолизованный текст» и «поликодовый текст». Как пишет О. И. Максименко, в отечественной лингвистике определение «поликодовый» начал использоваться сравнительно недавно, до этого момента исследователи при описании смешанных текстов использовали понятие «креолизованный» [12, с. 97].

Авторы термина Ю. А. Сорокин и Е. Ф. Тарасов определяют креолизованные тексты как «тексты, фактура которых состоит из двух негетерогенных частей: вербальной (языковой / речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели

естественный язык)» [19, с. 180]. В качестве примеров таких текстов исследователи приводят кинотексты, тексты телевидения и радиовещания, плакаты, рекламные постеры и др. Однако ряд ученых отмечает, что данное понятие не в полной мере раскрывает суть проблемы, с одной стороны, как пишет А. Г. Сонин, вызывая ненужные ассоциации с креолизованными языками, с другой – подразумевая процесс некоей «креолизации» исходных вербальных текстов, которая не всегда существует. Объясняя свою мысль, исследователь пишет о нелинейном характере производства смешанных текстов: например, при создании рекламы слово может подбираться под изобразительный ряд, и, наоборот, изобразительный ряд может обыгрывать слово, при этом автор не всегда сам может с уверенностью сказать, какая форма легла в основу смыслопорождения [17, с. 117].

Л. С. Большакова решает проблему неполноты термина «креолизованный текст», относя их к дикодовым текстам, т. е. к гомогенным образованиям, включающим коды двух знаковых систем, отмечая, что их исследование сводилось «к отдельным наблюдениям за применением изображения в рекламе, афише, о роли подписи под фотоизображениями в прессе и карикатурами» [6, с. 21]. Более сложные образования она относит к «поликодовым текстам». А. А. Бернацкая также считает, что для обозначения негомогенных, синкретических текстов, образованных разными знаковыми системами при условии их взаимной синсемантии, предпочтительнее использовать термины «поликодовый» / «полисемический» текст, а термин «креолизация» исследователь предлагает употреблять для описания факта участия в его создании разных семиотик и обозначения степени этого участия. Для номинации невербальных знаков А. А. Бернацкая использует термины «иконический» / «визуальный компонент», «авербальный знак» [5].

А. Г. Сонин называет поликодовыми «тексты, возникшие на основе взаимодействия в едином графическом и смысловом пространстве гетерогенных составляющих»: вербального текста, изображения и знаков иной природы [17, с. 117].

Е. Е. Анисимова в свою очередь определяет их как текст, в котором передаваемая информация закодирована семиотически разнородными компонентами, т. е. вербальными и невербальными средствами, которые вместе представляют собой определенную структуру, отличающуюся проявлением взаимозависимости составляющих ее частей в содержательном и формальном аспектах [1, с. 17].

По мнению З. И. Трубиной, поликодовый текст предполагает взаимодействие в одном сообщении двух разноплановых частей, в том числе вербальной и невербальной, которые в рамках представленного контекста и формы реализации текста не могут функционировать отдельно друг от друга [20, с. 163].

Схожим образом подобного рода тексты определяют Ю. А. Евграфова и О. И. Максимова, подчеркивая, что они обладают особенной структурой, в которой определенным способом совмещены языковые устные и письменные носители смысла с неязыковыми [7].

Исследователи классифицируют поликодовые тексты по тому, какими органами чувств они воспринимаются, а также по соотношению вербальной и невербальной части. Так, А. Ханнеке выделяет два типа связи вербальной и невербальной части поликодового текста: отношения дополнения (одна часть второстепенна по отношению к другой) и отношения зависимости (части находятся в зависимости друг от друга) [21]. О. М. Куницина пишет, что в поликодовых текстах с отношением дополнения «вербальная и визуальная часть могут существовать и быть понятыми отдельно» [11, с. 75]. Данный подход соотносится с мнением И. В. Вашуниной, А. А. Нистратова и Е. Ф. Тарасова, понимающими креолизацию в том числе просто как «добавление к вербальному тексту иллюстрации» [9, с. 115]. В таких поликодовых текстах изображение лишь иллюстрирует вербальную часть или же она лишь комментирует / интерпретирует изображение. Стоит отметить,

что данная классификация идет вразрез с подходом тех исследователей, которые рассматривают поликодовые тексты как синсемантические образования, т. е. структуры, выражающие высказывание в сочетании частей.

А. Г. Сонин дифференцирует вербальные поликодовые тексты, предназначенные только для зрительного восприятия (к ним относятся, например, комиксы или журнальные статьи), и мультимодальные поликодовые тексты, скрепляя в этом понятии термины западной и отечественной лингвистики. Первые, по мнению исследователя, представляют собой единый поток информации, который воспринимается сразу несколькими модальностями, сенсорными каналами, например визуальным и аудиальным (к подобным текстам можно отнести, например, видеоклипы, рекламные ролики) [18].

Е. Е. Анисимова различает тексты с нулевой креолизацией (без изображения / изображение не имеет значения для организации текста), с частичной креолизацией (вербальная часть относительно автономна, изображение играет факультативную роль в организации текста), полной креолизацией (вербальная и иконическая часть тесно связаны и взаимодействуют друг с другом) [1, с. 15].

Согласно концепции А. В. Сенцовой, существует пять видов поликодовых текстов в зависимости от типа корреляции:

1. Тексты с взаимозависимой корреляцией, в которых как вербальный, так и невербальный компоненты настолько взаимосвязаны, что не могут существовать изолированно.
2. Тексты с невербально-доминирующей корреляцией.
3. Тексты с оппозиционной корреляцией, представляющие собой поликодовые тексты различных жанров, в которых вследствие противоречия между содержанием, отраженным вербальными и невербальными средствами, может возникать комический эффект.
4. Тексты с взаимодополняющей корреляцией.
5. Тексты с вербально-доминирующей корреляцией [16, с. 10].

Таким образом, опираясь на классификацию поликодовых текстов, приводимых исследователями, можно выделить следующие типы связей между их частями: 1) доминирование иконического (визуального) компонента; 2) доминирование вербального компонента (основной смысл заключен в письменном / звучащем тексте); 3) вербальная часть, которая описывает ситуацию, не воплощенную иконическим элементом, вследствие чего возникает комический эффект; 4) тексты с полной креолизацией, в которых разные части находятся в отношениях взаимной зависимости, а смысл образования рождается из синергии всех частей.

**Актуальность исследуемой проблемы.** Сегодня взгляд на поликодовый текст как текст, в котором первичен вербальный ряд, кажется несколько упрощенным. Так, многие из таких текстов современных российских СМИ преимущественно синсемантически, а в их основе лежит сразу несколько знаковых систем, при этом ни одну из них нельзя назвать доминирующей в процессе смыслопорождения.

В связи с этим возникает трудность их восприятия: актуализация их разнородных частей происходит в контексте всего образования (статьи, клипа, комикса). Например, фоновых знаний читателя может быть недостаточно, чтобы верно трактовать заголовок статьи, опубликованной в электронном СМИ, – нужно прочитать ее целиком, проанализировать все иллюстрации, ознакомиться с инфографикой, чтобы понять смысл заглавия.

Примечательно, что именно в массмедийных текстах, по мнению В. Г. Костомарова, обращение к неязыковым выразительным средствам приобретает больший вес, чем в любых иных [8]. Р. Барт также отмечает, что тексты, используемые в массовой коммуникации, наиболее интересны для анализа, поскольку в них «возникновение смыслов зависит от взаимодействия изображения, звука и начертания знаков» [4, с. 124].

К сложным поликодовым синсемантическим образованиям относится сравнительно новый медиаформат – короткие вертикальные видео. Все 10 наиболее просматриваемых российских СМИ, которые фигурировали в рейтинге сервиса LiveInternet.ru в июле 2024 г., обращаются к подобному формату. Несмотря на то что некоторые из этих СМИ изначально выкладывали видеоролики в TikTok, после приостановки деятельности сервиса в России в марте 2022 г. основной площадкой для размещения коротких вертикальных видео стала площадка в VK.

**Материал и методы исследования.** В рамках данного исследования проанализированы 100 клипов пяти федеральных российских СМИ, опубликованных на платформе (в апреле 2024 г.): информационного агентства «РИА Новости», газет «Аргументы и факты», «Известия» и «Комсомольская правда», интернет-издания «Лента.ру». В статье использованы методы контент-анализа: количественного (определение числа роликов, в которых доминирует тот или иной компонент поликодового текста), и качественного (выявление взаимоотношения разнородных элементов видео и их взаимное влияние на формируемый смысл).

**Результаты исследования и их обсуждение.** В структуре проанализированных клипов можно выделить три компонента: 1) вербальный, 2) иконический, 3) мелодический, которые находятся в различных соотношениях друг с другом. При этом 30 видео из общего количества роликов содержат только два из них – собственно текст и визуализацию.

Вербальный компонент в этих видеороликах представлен звучащим текстом, произносимым диктором и / или героем в кадре, субтитрами, помещенными поверх видеоряда, а также подписью, находящейся под роликом в формате подзаголовка, который содержит более подробную информацию. Субтитрирование, характерное для большинства видео, публикуемых российскими СМИ, связано с тем, что они часто просматриваются аудиторией без звука, например, во время поездки в метро. В то же время наличие текста в виде заголовка обусловлено типологической особенностью платформы. Дело в том, что главная страница приложения представляет собой бесконечную ленту рекомендаций, которую для каждого пользователя индивидуально формирует нейросеть, основываясь на его реакциях на предлагаемый контент.

В связи с этим в качестве ключевой типологической особенности коротких вертикальных видео можно выделить его клиповый характер. Научное сообщество сходится во мнении, что данный формат является инструментом формирования клипового мышления, определяемое Т. В. Семеновских как «процесс отражения множества свойств объектов, без учета связей между ними», который «характеризуется фрагментарностью, алогичностью, полной разнородностью поступающей информации, высокой скоростью переключения между клипами информации, отсутствием целостной картины восприятия окружающего мира» [15]. Другими словами, при просмотре таких видеороликов его целостное восприятие отходит на второй план, зритель воспринимает информацию на основе поверхностных образов, заключенных в заданный платформой хронометраж, которые тут же заменяются новыми. Для того чтобы видео посмотрело большое количество людей, он должен с первых секунд захватывать зрителя (в том числе с помощью заголовка), говорить с ним на языке простых образов, а также обладать понятной / уже знакомой зрителю структурой.

Иконический компонент коротких вертикальных видео представлен самим видеорядом / слайд-шоу, а также анимациями, помещенными поверх него. Мелодический – представлен музыкальными вставками (звучками), дополняющими происходящее в кадре, а также соответствующими подложками – треками, сопровождающими весь видеоряд / его часть.

Эти элементы находятся в разной корреляции друг с другом. Так, 15 из 20 анализируемых видеороликов интернет-издания «Лента.ру» представляют собой клипы, в которых иконический элемент доминирует над вербальным и мелодическим.

Тематика короткого вертикального видеоконтента, публикуемого этим СМИ, в большой степени соотносится с контентом, который создается и загружается на платформе VK Клипы. В частности, в профиле «Ленты.ру» популярны преимущественно юмористические клипы про животных, например, ролик с заголовком «Очень талантливый хороший мальчик», в котором изображена собака, которая пытается открыть дверь, чтобы впустить в дом кота, сидящего за ней. Видео сопровождается веселой музыкальной композицией без слов, которая, как и его текст, факультативна – основной смысл несет в себе невербальный компонент. К поликодовым текстам с визуально-доминирующей корреляцией также относятся видеоролики «Этот парень точно понял физику!» и «Песик сам вытирает мордочку после того, как попил!», в которых восклицательный заголовок поясняет происходящее в кадре, служит средством привлечения внимания зрителя, просматривающего ленту рекомендаций.

Стоит отметить, что и в развлекательных роликах других СМИ, посвященных животным, природным явлениям, экстремальным видам спорта, детям и т. п., невербальный компонент доминирует над вербальным. Так, 8 из 20 проанализированных видео «Комсомольской правды», опубликованных на платформе VK Клипы, представляют собой клипы, которые отражают вышеуказанную тематику и корреляцию. Например, ролик с заголовком «Весна – сакура зацвела. ТОП ВИДЕО» представляет собой кадры цветущей сакуры, содержащие анимационную вставку с надписью «Япония», обозначающую локацию съемки. Видеоряд сопровождается спокойной музыкальной композицией. При этом его содержание может быть понятно и без мелодического, и без вербального компонентов. То же самое касается ролика «Самый счастливый пес. ТОП ВИДЕО» – вербальный элемент здесь лишь дополняет, поясняет визуальную часть. Отметим, что заголовки видео этого издания, содержащие словосочетание «ТОП ВИДЕО», призваны привлечь внимание читателя, например, обнаружившего ролики в потоке рекомендаций.

Из 100 коротких вертикальных видео, проанализированных в ходе исследования, 33 представляют собой развлекательные клипы с доминирующим иконическим компонентом.

Нам удалось выделить 17 роликов развлекательной тематики с оппозиционной корреляцией. Чаще всего такие видео публиковались информационным агентством «РИА Новости» (13 из 20 рассмотренных клипов). Особенностью таких видеороликов является то, что в них из-за противоречия между содержанием, выраженным вербальным и невербальными компонентами, возникает комический эффект. Например, ролик с заголовком «КОГДА НЕ УСПЕЛ ПОХУДЕТЬ К ЛЕТУ» (рис. 1), в котором панда пытается влезть в дыру в пластиковой пещере на детской площадке. Подпись под видео имеет следующее содержание: «Пытаемся втиснуться в любимые джинсы». В данном клипе заголовок и текст находятся в оппозиции к изображаемому – журналист использует ее как сатирический прием.

Другим примером видео с аналогичной корреляцией является ролик информационного агентства с заголовком «УМЫВАЛЬНИК ДЛЯ КОТА», в котором кот облизывает пальцы мужчины, который потом вытирает животному глаза. Подпись под видео выглядит следующим образом: «Когда приручил человека». Вербальный компонент описывает ситуацию, не воплощенную иконическим элементом, вследствие чего возникает комический эффект. Авторы ролика прибегают к использованию оппозиционной корреляции, выраженной в подборе заголовков и подписей, юмористически обыгрывающих видеоряд для того, чтобы повысить кликабельность контента.



Рисунок 1 – Скриншот из ролика «РИА Новости»<sup>1</sup>

Несмотря на стремление создателей коротких вертикальных видео соответствовать формату платформы, на которой иконический компонент доминирует над другими, некоторые ролики стоит назвать «газетными», поскольку в таких видео вербальный компонент довлеет над иконическим, а журналисты стремятся уместить в текст больше актуальной информации. Речь идет, например, о ролике «Комсомольской правды» с заголовком «Что нужно знать о Юрии Гагарине? КУЛЬТУРНЫЙ МИНИМУМ ЗА 1 МИНУТУ» (рис. 2). Это видео представляет собой поликодовый текст с вербально-доминирующей корреляцией: визуализация, представленная слайд-шоу из фотографий Ю. А. Гагарина, факультативна, при этом вербальный компонент (звучащий текст о судьбе космонавта и дублирующие его субтитры) несет в себе основной смысл.

Похожим образом построен ролик газеты «Аргументы и Факты» с заголовком «Уничтожили гаубицы ВСУ». Для видео характерна автономность вербальной части, ее независимость от иконической. Визуальная составляющая (съемка с дрона уничтожения гаубиц) вторична, она лишь иллюстрирует письменный текст, наложенный поверх видеоряда – о том, где и когда произошло уничтожение гаубиц, кто принимал участие в операции, какие гаубицы были уничтожены.

<sup>1</sup> Когда не успел похудеть к лету [Электронный ресурс] // Клип «РИА Новости» на платформе vk.com. 14.04.2024. – URL : [https://vk.com/clips/ria?z=clip-15755094\\_456421872](https://vk.com/clips/ria?z=clip-15755094_456421872) (дата обращения: 10.12.2024).

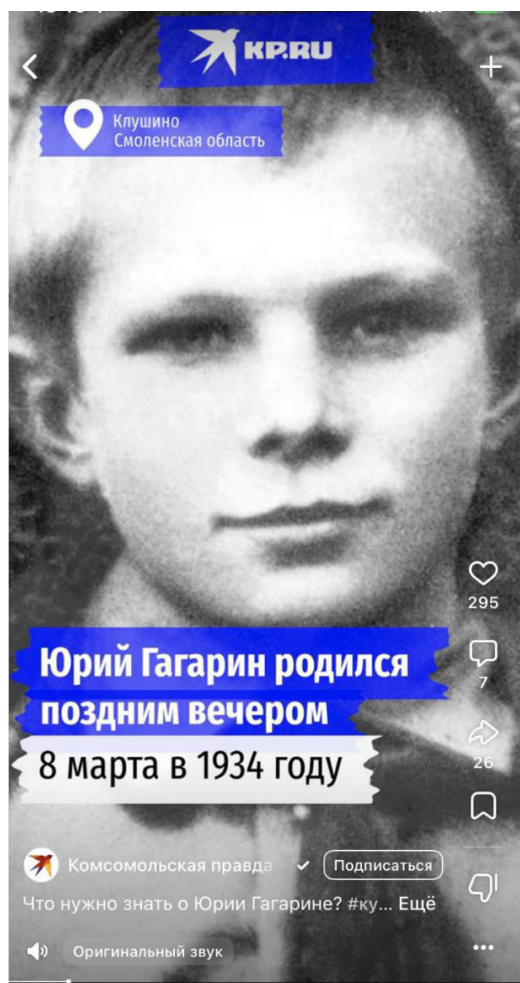


Рисунок 2 – Скриншот из ролика «Комсомольской правды» («Что нужно знать о Юрии Гагарине? КУЛЬТУРНЫЙ МИНИМУМ ЗА 1 МИНУТУ»)<sup>2</sup>

Еще один поликодовый текст с вербально-доминирующей корреляцией – видео газеты «Известия» «“ЛЖИВАЯ ТВАРЬ ПОЛУЧИЛА ПО ЗАСЛУГАМ” – ЭКС-КАНДИДАТА В ДЕПУТАТЫ ТВЕРИ ЗАДЕРЖАЛИ ЗА УБИЙСТВО» (рис. 3). Примечательно, что заголовок ролика более экспрессивен (использование цитаты преступника), чем текст новостной заметки на эту тему, опубликованный на сайте издания. Вероятно, это сделано с целью привлечения внимания к видео.

Из 100 коротких вертикальных роликов СМИ, проанализированных в ходе этого исследования, 14 видео представляют собой клипы преимущественно с вербальным компонентом. Небольшой процент подобных видео, созданных изначально печатными СМИ, может говорить о том, что контентмейкеры этих изданий редко пытаются делать ролики на новостные сюжеты, подстраиваясь под более легкий, развлекательный формат клипов, доминирующих на платформе.

<sup>2</sup> Что нужно знать о Юрии Гагарине? КУЛЬТУРНЫЙ МИНИМУМ ЗА 1 МИНУТУ [Электронный ресурс] // Клип «Комсомольской правды» на платформе vk.com. 12.04.2024. – URL : [https://m.vk.com/clips/kpru/feed/clip-15722194\\_456283378](https://m.vk.com/clips/kpru/feed/clip-15722194_456283378) (дата обращения: 10.12.2024).

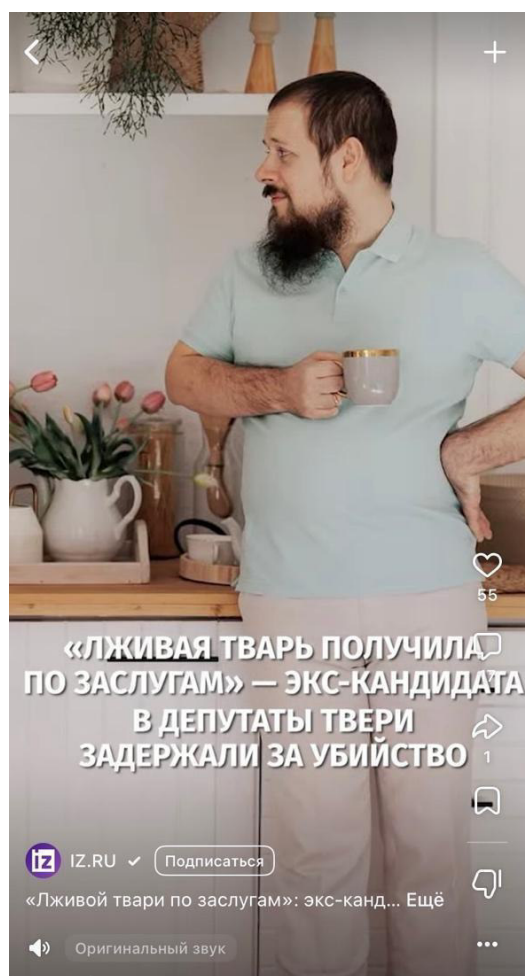


Рисунок 3 – Скриншот из ролика газеты «Известия»<sup>3</sup>

5 роликов из 100 исследованных представляют собой поликодовые тексты со взаимодополняющей корреляцией. Примером подобного видео выступает ролик издания «Аргументы и Факты» («Анна Ковальчук на выставке-форуме “Россия”»). В данном случае невербальный (кадры выступления актрисы с песней) и вербальный компоненты (заголовки, текст под видео и всплывающий поверх него материал, в котором рассказывается о выставке) являются относительно самостоятельными элементами, дополняющими друг друга, при этом их взаимодействие усиливает общее значение, передающееся посредством каждой составляющей.

Последний тип корреляции, выявленный в ходе анализа, представляет собой корреляцию, при которой смысл видео лежит в плоскости взаимной зависимости различных компонентов поликодового текста, которые не могут существовать изолированно. Е. Ю. Муратова, рассматривая поэтические тексты, прибегала к термину «синергетический текст», который она определила так – это «текст множественного кодирования, содержащий глубинные, непосредственно не наблюдаемые смыслы и представляющий

<sup>3</sup> «ЛЖИВАЯ ТВАРЬ ПОЛУЧИЛА ПО ЗАСЛУГАМ» – ЭКС-КАНДИДАТА В ДЕПУТАТЫ ТВЕРИ ЗАДЕРЖАЛИ ЗА УБИЙСТВО [Электронный ресурс] // Клип «Известий» на платформе vk.com. 21.04.2024. – URL : [https://vk.com/clip-27532693\\_456320160?c=1](https://vk.com/clip-27532693_456320160?c=1) (дата обращения: 10.12.2024).

собой совокупность внутритекстовых нелинейных отношений и процессов» [14, с. 55]. При этом его синергетическое содержание, по мнению исследователя, представляет собой «глубинный, трансцендентный смысл, не вытекающий из словарных значений лексем» [14, с. 55]. Несмотря на то что Е. Ю. Муратова анализировала поэтические тексты, в контексте рассмотрения коротких вертикальных видео со взаимозависимой корреляцией также представляется возможным использовать понятие «синергетический». Расширяя пространство этого термина, данный вид поликодового образования верным будет назвать «синергетическим знаком», т. е. знаком, состоящим из компонентов разных кодов, тесное взаимодействие которых рождает глубинный, непосредственно не наблюдаемый смысл. Примером такого знака является видео интернет-издания «Лента.ру» с заголовком «Вы знаете, кому отправить это видео» (рис. 4), на котором один снежный барс трогает лапу второго, не обращающего на него внимание, а потом прыгает на него, чтобы завлечь в игру. Иконический компонент взаимодействует с мелодическим – видеоряд сопровождается расслабляющей музыкальной композицией. Глубинный смысл ролика рождается в ходе взаимодействия трех его элементов – мема «вы знаете, кому это отправить», вынесенного в заголовок, который вписывает ролик в контекст трендов VK Клипов, где он стал популярным, и видеоряда, смысл которого непонятен без музыкальной подложки и текста.

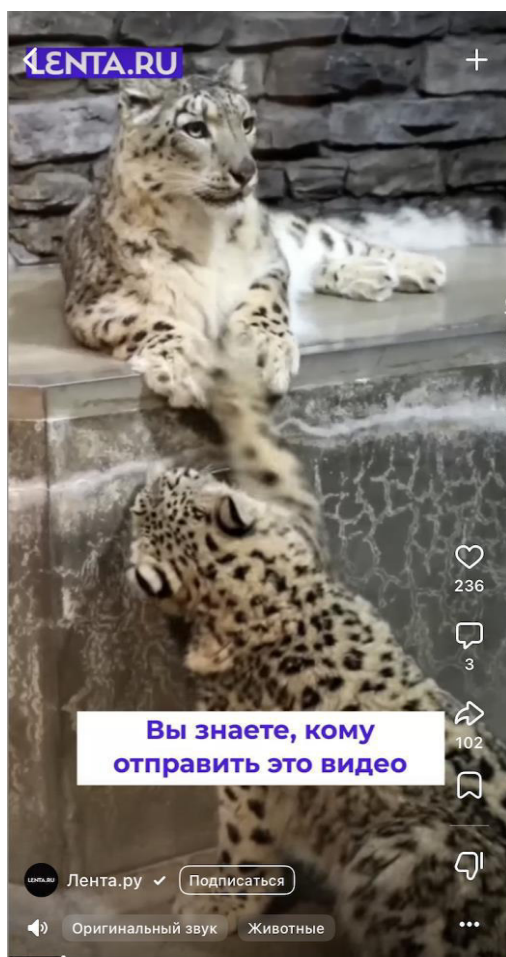


Рисунок 4 – Скриншот из ролика издания «Лента.ру»<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Вы знаете, кому отправить это видео [Электронный ресурс] // Клип «Ленты.ру» на платформе vk.com. 22.04.2024. – URL : [https://vk.com/clip-67991642\\_456294960?c=1](https://vk.com/clip-67991642_456294960?c=1) (дата обращения: 10.12.2024).

Другим примером синергетического знака выступает ролик газеты «Известия» «ВРАЖЕСКИЙ ДРОН ИЗ КАНАЛИЗАЦИОННЫХ ТРУБ СБИЛИ НА ЗАПОРОЖЬЕ». Без обращения к вербальному компоненту – тексту, всплывающему поверх видеоряда, непонятно, что за устройство представлено в ролике. Кадры позволяют определить, что имеется в виду под словосочетанием «дрон из канализационных труб». Кроме того, синергетический смысл поликодового образования проявляется при анализе его вербального компонента. Этот текст оценочен, он содержит следующие обороты: «ВСУшные “ИЛОНЫМАСКИ”», «ТАКЖЕ ПОСТАВИЛИ НА СВОЕ “ТВОРЕНИЕ” ДВИГАТЕЛЬ ОТ БЕНЗОПИЛЫ», в синергии которых рождается эмоция – насмешка над оружием украинской армии, которую авторы ролика пытались донести до зрителя.

**Выводы.** Исследованный формат новых медиа обладает большим интеграционным и синергетическим потенциалом. Российские СМИ адаптируют свои видеоролики под требования платформы VK как на содержательном уровне, так и на уровне структуры поликодового текста, используя мемы и трендовые заходы. Анализируемые тексты представляют собой сложные синсемантические образования с вербальным, иконическим и мелодическим компонентами, которые находятся во взаимосвязи друг с другом. Для описания этих роликов предлагается ввести понятие «синергетического знака», определяемого как знак, который состоит из компонентов разных кодов, поэтому их тесное взаимодействие рождает глубинный, непосредственно не наблюдаемый смысл. Авторы предполагают публикацию следующей статьи, в которой будет рассмотрен вербальный компонент медиатекстов в российских новых СМИ.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Анисимова Е. Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : учеб. пособие для студентов фак. иностр. яз. вузов. – М. : ТЕЗАРУС, 2013. – 75 с.
2. *Антонникова А. С.* Трактовки феноменов «Поликодовый текст» и «мультимодальный текст» в работах зарубежных и отечественных исследователей // Журнал филологических исследований. – 2023. – № 2. – Том 8. – С. 76–81.
3. *Ариас А.-М.* Поликодовый текст как семиотико-семантическое и эстетическое знаковое единство (на примере немецкой карикатуры) // Известия СПбГЭУ. – 2011. – № 6. – С. 91–108.
4. *Барт Р.* Избранные работы. Семиотика. Поэтика. – М. : Прогресс, 1989. – 615 с.
5. *Бернацкая А. А.* К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние // Речевое общение: специализированный вестник. – Красноярск : Красноярский университет, 2000. – Вып. 3(11). – С. 104–110.
6. *Большакова Л. С.* О содержании понятия «поликодовый текст» // Вестник Самарского государственного университета. Гуманитарный выпуск. – 2008. – № 4. – С. 19–24.
7. *Евграфова Ю. А., Максименко О. И.* Симулякр в статике и динамике экранного пространства текста (тематическое исследование поликодовых мультимодальных текстов Интернета) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2018. – Т. 9. – № 4. – С. 831–841.
8. *Костомаров В. Г.* Тексты в масс-медиа // Журналистика и культура русской речи. – 2004. – № 2. – С. 12.
9. Креолизованный текст: смысловое восприятие. Коллективная монография / отв. ред. И. В. Вашунина. Ред. колл.: Е. Ф. Тарасов, А. А. Нистратов, М. О. Матвеев. – М. : Институт языкознания РАН, 2020. – 206 с.
10. *Кресс Г.* Социальная семиотика и вызовы мультимодальности // Политическая наука. – 2016. – № 3. – С. 77–100.
11. *Куницына О. М.* Особенности построения и восприятия поликодовых текстов в современной коммуникации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2020. – № 9(838). – С. 69–82.
12. *Максименко О. И.* Поликодовый vs креолизованный текст: проблема терминологии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Теория языка. Семиотика. Семантика». – 2012. – № 2. – С. 93–102.
13. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.
14. *Муратова Е. Ю.* Синергетический анализ поликодового текста // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2012. – № 2. – С. 53–57.

15. Семеновских Т. В. «Клипное мышление» – феномен современности [Электронный ресурс] // Оптимальные коммуникации (ОК). – URL: <http://jarki.ru/wpress/2013/02/18/3208> (дата обращения: 03.09.2024).
16. Сенцова В. А. Поликодовые тексты как средство обучения итальянских учащихся русской грамматике (I сертификационный уровень) : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 – М., 2018. – 184 с.
17. Сонин А. Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления // Вопросы языкознания. – 2005. – № 6. – С. 115–123.
18. Сонин А. Г. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов : автореф. дис. ... док. филол. наук : 10.02.19 – М., 2006. – 46 с.
19. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М. : АН СССР : Ин-т языкознания, 1990. – С. 180–190.
20. Трубина З. И. Лингводидактический потенциал креолизованных текстов // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. – 2019. – № 3. – С. 163–174.
21. Hennecke A. Multimodale Texte und ihre Bedeutung für die Übersetzungspraxis. – 2015. – Vol. 8(1). – P. 202–232.
22. Stöckl H. Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz. – Bildlinguistik. Berlin : Erich-Schmidt, 2010. – P. 43–70.

Статья поступила в редакцию 04.09.2024

#### REFERENCES

1. Anisimova E. E. Lingvistika teksta i mezhkul'turnaya kommunikaciya (na materiale kreolizovannyh tekstov) : ucheb. posobie dlya studentov fak. inostr. yaz. vuzov. – М. : TEZARUS, 2013. – 75 s.
2. Antonnikova A. S. Traktovki fenomenov «polikodovyy tekst» i «mul'timodal'nyy tekst» v rabotah zarubezhnyh i otechestvennyh issledovatelej // Zhurnal filologicheskikh issledovanij. – 2023. – № 2. – Tom 8. – S. 76–81.
3. Arias A.-M. Polikodovyy tekst kak semiotiko-semanticheskoe i esteticheskoe znakovoe edinstvo (na primere nemeckoy karikatury) // Izvestiya SPbGEU. – 2011. – № 6. – S. 91–108.
4. Bart R. Izbrannye raboty. Semiotika. Poetika. – М. : Progress, 1989. – 615 s.
5. Bernackaya A. A. K probleme «kreolizacii» teksta: istoriya i sovremennoe sostoyanie // Rechevoe obshchenie: specializirovannyj vestnik. – Krasnoyarsk : Krasnoyarskij universitet, 2000. – Vyp. 3(11). – S. 104–110.
6. Bol'shakova L. S. O sodержanii ponyatiya «polikodovyy tekst» // Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitnyj vypusk. – 2008. – № 4. – S. 19–24.
7. Evgrafova Yu. A., Maksimenko O. I. Simulyakr v statike i dinamike ekrannogo prostranstva teksta (tematicheskoe issledovanie polikodovyh mul'timodal'nyh tekstov Interneta) // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika. – 2018. – T. 9. – № 4. – S. 831–841.
8. Kostomarov V. G. Teksty v mass-media // Zhurnalistika i kul'tura russkoj rechi. – 2004. – № 2. – S. 12.
9. Kreolizovannyj tekst: Smyslovoe vospriyatие. Kollektivnaya monografiya / otv. red. I. V. Vashunina. Red. koll.: E. F. Tarasov, A. A. Nistratov, M. O. Matveev. – М. : Institut yazykoznanija RAN, 2020. – 206 s.
10. Kress G. Social'naya semiotika i vyzovy mul'timodal'nosti // Politicheskaya nauka. — 2016. – № 3. – S. 77–100.
11. Kunicyna O. M. Osobennosti postroeniya i vospriyatiya polikodovyh tekstov v sovremennoj kommunikacii // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki. – 2020. – № 9(838). – S. 69–82.
12. Maksimenko O. I. Polikodovyy vs kreolizovannyj tekst: problema terminologii // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya «Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika». – 2012. – № 2. – S. 93–102.
13. Mul'timedijnaya zhurnalistika: uchebnik dlya vuzov / pod obshch. red. A. G. Kachkaevoj, S. A. SHomovoj. – М. : Izd. dom Vysšej shkoly ekonomiki, 2017. – 413 s.
14. Muratova E. Yu. Sinergeticheskij analiz polikodovogo teksta // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika. – 2012. – № 2. – S. 53–57.
15. Semenovskih T. V. «Klipovoe myshlenie» – fenomen sovremenosti [Elektronnyj resurs] // Optimal'nye kommunikacii (OK). – URL: <http://jarki.ru/wpress/2013/02/18/3208> (data obrashcheniya: 03.09.2024).
16. Sencova V. A. Polikodovye teksty kak sredstvo obucheniya ital'yanskih uchashchihsya russkoj grammatike (I sertifikacionnyj uroven') : avtoref. dis. ... kand. ped. nauk : 13.00.02 – М., 2018. – 184 s.
17. Sonin A. G. Eksperimental'noe issledovanie polikodovyh tekstov: osnovnye napravleniya // Voprosy yazykoznanija. – 2005. – № 6. – S. 115–123.
18. Sonin A. G. Modelirovanie mekhanizmov ponimaniya polikodovyh tekstov : avtoref. dis. ... dok. filol. nauk : 10.02.19 – М., 2006. – 46 s.
19. Sorokin Yu. A., Tarasov E. F. Kreolizovannye teksty i ih kommunikativnaya funkciya // Optimizaciya rechevogo vozdejstviya. – М. : AN SSSR : In-t yazykoznanija, 1990. – S. 180–190.

20. Trubina Z. I. Lingvodidakticheskij potencial kreolizovannyh tekstov // Crede Experto: transport, obshchestvo, obrazovanie, yazyk. – 2019. – № 3. – S. 163–174.

21. Hennecke A. Multimodale Texte und ihre Bedeutung für die Übersetzungspraxis. – 2015. – Vol. 8(1). – P. 202–232.

22. Stöckl H. Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz. – Bildlinguistik. Berlin : Erich-Schmidt, 2010. – P. 43–70.

The article was contributed on September 4, 2024

#### **Сведения об авторах**

*Распопов Артем Андреевич* – аспирант, ассистент кафедры русского языка и истории литературы Московского политехнического университета, г. Москва, Россия, <https://orcid.org/0009-0002-6077-5839>, [raspopov.tema@gmail.com](mailto:raspopov.tema@gmail.com)

*Хромов Сергей Сергеевич* – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка и истории литературы Московского политехнического университета, г. Москва, Россия, [chelovek653@mail.ru](mailto:chelovek653@mail.ru)

#### **Author Information**

*Raspopov, Artyom Andreevich* – Post-graduate Student, Assistant of the Department of Russian Language and Literary History, Moscow Polytechnic University, Moscow, Russia, <https://orcid.org/0009-0002-6077-5839>, [raspopov.tema@gmail.com](mailto:raspopov.tema@gmail.com)

*Khromov, Sergey Sergeevich* – Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Russian Language and Literary History, Moscow Polytechnic University, Moscow, Russia, [chelovek653@mail.ru](mailto:chelovek653@mail.ru)