

Эмотикон как элемент мультимедиальности в структуре современного медиатекста

Научный руководитель – Клушина Наталья Ивановна

Неменова Виктория Юрьевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: vikalangor@gmail.com

В рамках анализа современных медиатекстов исследователи сталкиваются с проблемой недостаточности методологии функциональной стилистики как алгоритма анализа текста. На смену классической, можно сказать канонической системе функциональной стилистики приходит медиастилистика, которая является «междисциплинарной и тесно взаимодействует с дискурсологией, с медиалингвистикой, с медиалогией, находясь на пересечении данных дисциплин и в авангарде современных лингвистических исследований» (Клушина Н.И., 2016, с. 147).

«Медиастилистика и медиалингвистика приобретают особую важность и значимость в информационную эпоху, эпоху господства интернета, когда моду на речевое поведение социума диктуют именно медиа, именно медиа создают новые коммуникативные нормы, особую медиакультуру, формируют языковое сознание масс» (Клушина Н.И., 2016, с. 145). В рамках концепции медиастилистики [4] становится заметным явление мультимедиальности. Мультимедиальность текста как черта, характерная для современных медиа, вносит свои изменения в публицистический/информационный стиль, если мы рассуждаем в рамках функциональной стилистики, или в пространство медиадискурса, если рассуждать в рамках медиастилистики. Мультимедийность, гипертекстуальность, интекрактивность и поликодовость ученые рассматривают как трансформирующие признаки, отличающие классический текст от медиатекста [5]. Мультимедийность и поликодовость оказали трансформирующее действие на знаковую систему языка. Предметом нашего интереса является трансформация знаковой системы современного медиатекста, изменение символического поля, а также некоторые психолингвистические особенности восприятия текстов, в частности, интернет-текстов. Электронная коммуникация является всегда компьютерно-опосредованным видом коммуникации и содержит в себе различные типы интернет-текстов. Для большинства из них будут характерны черты мультимедийности, интерактивности и поликодовости. Стилистика интернет-текста как отдельное направление медиастилистики кажется нам наиболее перспективным ввиду динамики распространения и глубины проникновения электронного общения в жизнь среднестатистического потребителя контента медиа. Е. Н. Галичкина выделяет следующие признаки компьютерного дискурса 1) электронный сигнал становится каналом общения; 2) виртуальность; 3) дистантность в пространстве и во времени; 4) опосредованность (осуществляется при помощи технических средств); 5) высокая степень проницаемости; 6) гипертекстуальность; 7) креолизованность компьютерного текста; 8) статусное равноправие участников; 9) передача эмоции, мимики и чувств с помощью графических средств; 10) объединение различных типов дискурса; 11) специфическая компьютерная этика [1]. Для понимания трансформации визуально-знаковой части электронной коммуникации нам особенно важен 9-ый пункт. Для медиастилистики характерно использование интенционального метода анализа [3]. «Авторская интенция определяет стилистический выбор языковых средств и формирует общую стилистику текста, типов текста, а также стилистику типов коммуникации» (Клушина Н.И.,

2016, с. 146). «Интенциональный поворот в стилистике, в частности в теории публицистического стиля, привел к описанию стиля через интенциональные категории и затем - к осмыслению новой конфигурации медийного пространства через ведущую дискурсивную интенцию. (Клушина Н.И., 2016, с. 147). Одним из вариантов выражения авторской интенции является передача эмоций и мимики посредством графических знаков. Явление письменного электронного общения создало необходимость в текстовом способе трансляции эмоций. «Выключение канала, информирующего об эмоциональном состоянии продуцента (например, невозможность услышать интонацию, с которой произнесена фраза), существенно затрудняет понимание текста, лишая реципиента опоры для оценки цели, которую преследует автор обращенного к нему сообщения, и для вывода о мотивах и вместе с ними о смысле его высказывания» (Титлова А.С., 2017, с. 503). В то время, когда технические возможности не позволяли обмениваться графическими изображениями (картинками) так быстро, как сейчас, для выражения эмоции стали использовать графические знаки. Данное применение некоторых знаков, например, классических знаков препинания, нехарактерно, специфично. Изображение эмоции посредством определенного сочетания знаков препинания, эмотиконов, или смайликов, или эмодзи, трансформирует и восприятие текста. Современные медиа активно используют графическое выражение эмоций, чтобы сообщить своим текстам больше эмоциональной насыщенности, тем самым вовлекая читателя в потребление контента [7]. Рекламный текст, жанр поста в социальной сети от лица официального СМИ и другие интернет-тексты часто не обходятся без использования эмотиконов.

На данном этапе развития информационного общества, на наш взгляд, важно проследить трансформацию знаковой системы языка в интернет-текстах, которая часто детерминирована техническими возможностями эпохи. Это повлекло изменения в восприятии контента: еще 10 лет назад невозможно было представить эмодзи в заголовке новостной заметки [7]. Сегодня эмодзи уже уступают позиции стикерам (другой вид эмотикона) [8], которые вносят еще большие изменения в процесс потребления и обработки контента. Интенциональный анализ в данном случае помогает классифицировать нововведения в знаковую систему языка, проследить развитие медиастили.

Источники и литература

- 1) Галичкина Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на англ. и рус. языках: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Астрахань, 2001.
- 2) Клушина Н. И. Стилистика в эпоху медиа // Верхневолжский филологический вестник. 2016. No. 4. С. 144-147.
- 3) Клушина Н. И. Интенциональная конфигурация мединого пространства // Политическая лингвистика. 2013. No 2 (44). С. 40–46.
- 4) Клушина, Н. И. Современная стилистика: проблемы и перспективы // «Актуальные проблемы стилистики». 2015. No 1. С. 44–50.
- 5) Лукина М. М. СМИ в пространстве Интернета. М.: Факультет журналистики МГУ, 2005. 124 с.
- 6) Титлова А.С. Типообразующие признаки микроблогов и их влияние на процессы понимания // Вестник Башкирского университета, No. 22(2), 2017, стр. 501-505.
- 7) Медуза. Вы плакали, когда Симба пытался разбудить своего умершего папу в «Короле Льве»? Посмотрите, как эту сцену переживает собака, 23.02.2019. <https://meduza.io/shapito/2019/02/23/vy-plakali-kogda-simba-pytalsya-razbudit-svoego-umeshego-papu-v-korole-lve-posmotrite-kak-etu-stsenu-perezhivaet-sobaka>

8) Стикер <https://pbs.twimg.com/media/Duzim7kWsAAgdEe.jpg:large>