

РАФТИНГ-2017: ДОКЛАДЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Загидуллина М. В.

ИЗОБРАЖЕНИЕ СТАНОВИТСЯ ТЕКСТОМ: ОБ ЭКСПАНСИИ ПИКТОГРАФИИ И ВИЗУАЛЬНЫХ ОБРАЗОВ В ПРОСТРАНСТВЕ ТЕКСТОВЫХ СООБЩЕНИЙ

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда,
проект 16-18-02032

В статье обосновывается тезис о месте «картинки» в современной коммуникации. Материал доклада – аккаунты профессиональных СМИ в социальных сетях, где пользователи оставляют свои комментарии. Таким образом, объектом изучения становится не профессиональный журналистский текст, а реакция читателей-пользователей на него. Задача проведенного анализа – подтверждение / опровержение гипотезы о превалировании изобразительного контента в современной коммуникации.

Ключевые слова: визуализация, текст, медиатекст, комментарии, социальные сети, синтаксис поликодовых высказываний.

Отправная точка доклада – тезис, сформулированный Э. Тарановой (в то время заместитель руководителя редакции стран СНГ и Балтии Дирекции региональной инфраструктуры и проектов РИА Новости) в ходе дискуссии о ситуации с масс-медиа Кыргызстана: «Важно, что на первый план окончательно и бесповоротно выйдет картинка, а вслед за ней – короткий, максимально сжатый до нескольких предложений текст. Общество идет к этому, и мы никуда от этого не денемся» (25 марта 2013 года, <http://knews.kg/2013/03/ella-taranova-klassicheskaya-jurnalistika-umiraet-i-umret-navsegda/>). Мысль о том, что картинка «легче» воспринимается и усваивается, относится к числу стереотипов. Между тем и зарубежные, и отечественные исследователи поликодовых текстов неоднократно показывали, что поликодовость вообще работает на разных системах восприятия, и дублирование этих систем (двойная обработка единого сигнала, несущего и вербальную, и визуальную составляющую) не относится к вариантам упрощения коммуникации. Интерес представляют наблюдения А. Г. Сониной, которому удалось показать, что, например, в комиксе текстовая составляющая становится визуализированным, изобразительным сигналом (а не собственно текстом), то есть имеет большое значение, как именно написан текст. Сходные мысли о «видимом тексте» обнаруживаем у Бредехофта, анализирующем «Мауса» Арта Шпигельмана. Исследователи подчеркивают, что текст, выполненный особым образом, «работает» не на смыслах, которые он несет своим содержанием, а своей оформленностью, своей эстетической связанностью с изображением.

Однако – помимо интереса эстетического и семиотического – эти наблюдения позволяют предположить, что восприятие стремится к разгибридации сигнала, к его упорядочиванию в рамках одного кода. Именно это предположение и ставит под вопрос тезис о безусловном превалировании изобразительных элементов коммуникации над вербальными.

Возвращаясь к медиакоммуникациям, отметим, что задача выяснить реальное место поликодовых высказываний в общем информационном потоке представляется и сложной, и простой одновременно. Сложность связана с некоторой неясностью самого тер-

мина «поликодовое высказывание» (нередко исследователи говорят о включении в общее единство и аватара коммуниканта, и его ника, и графем, организующих обмен эмоциями, при этом все эти элементы разнородны и составляют поликодовое высказывание [Селютин Форум, 123]), а простота – с очевидностью дизайна исследования (выбрать достаточно репрезентативный фрагмент коммуникации и, пользуясь внятностью единицы этого потока – например, комментария пользователя – провести подсчет картинок и графических элементов на число вербальных высказываний). Но упомянутые выше соображения исследователей показывают, что мы не можем рассматривать любую картинку с текстом примером поликодового высказывания. В самом деле, книжка с иллюстрациями, особым шрифтовым оформлением не рассматривалась как поликодовое высказывание. И в этом отношении замечание Бредехофта о том, что вся эта часть книжного блока может быть названа паратекстом и рассматриваться как особая «упаковка» смыслов книги в материальную оболочку, может быть распространено и на поликодовые высказывания в Интернете (аватар, ник, графемы – все это «упаковка» смысла, который, в свою очередь, может быть выражен как в эстетике изображений, так и вербально или комплексно, как коммуникационный гибрид).

Исходя из этих соображений предлагается следующая концепция исследования:

- 1) выбрать единицу коммуникационного потока (например, комментарии пользователей одного дня одного аккаунта)
- 2) собрать статистику этого фрагмента (сколько всего комментариев, какие из них можно отнести к поликодовым, а какие к монокодовым высказываниям, какой тип монокодowości преобладает (изобразительный, аудиальный или вербальный))
- 3) определить особенности поликодовых высказываний.

Для настоящей статьи было взято 20 постов в аккаунте «Известий» ВКонтакте.

Единица анализа – 1 пользовательский комментарий. Каждый автор комментария имеет аватар и ник (иногда вместо аватара значок камеры – это означает, что у автора нет аватара).

Всего к 20 постам «Известий» было сделано 189 комментариев, из них монокодовых текстовых – 162, монокодовых «изобразительных» 5, монокодовых «видео» – 4; поликодовых «картинка+текст» 12, поликодовых «видео+текст» – 4, поликодовых «текст+эмотикон» – 12.

Основные особенности поликодовых высказываний: картинка как реплика-оскорбление в адрес конкретного участника; видео как подтверждение мысли автора; видео как аргумент в дискуссии, видео как остроумное высказывание; картинка и видео как шутки. Отмечаем, что количество смайликов производит впечатление «угасающей технологии», ожидающей смены (многие участники просто пользуются эмописьменностью – например многократными скобками, выражающими эмоцию удовольствия или печали).

В качестве примера анализа поликодовых высказывания возьмем фрагмент дискуссии в комментариях.

Как показывает рис. 1, объектом наблюдения при анализе поликодового характера коммуникации могут быть следующие объекты:

- 1) особенности аватара (в частности, в предлагаемом фрагменте мы обнаруживаем традиционный аватар-портрет, аватар-«картинку», аватар-пейзаж, а также набирающие популярность аватары-лого и отсутствие аватара; отметим недостаточность исследований аватара как формы репрезентации пользователя на российском материале – см., например, статью Антоновой, Деминой, не содержащую обзора литературы по теме; некоторые соображения содержатся в статьях, связанных с изучением идентичности в онлайн-коммуникации, обратим внимание на интересные подходы, демонстрируемые в международной исследовательской практике – см. статью Fong);



Александр Суворов ответил Александру

Александр, какой контроль . МРОТ менее ПМ . что противоречит закону уже который год

[Нравится](#)1Показать список оценивших

вчера в 22:16

Ответить



Рустам Хасанов

Это лоби строительных компаний ну и все дружно с ними в хоровод какие нах права раз кому то даже конституция непомята

[Нравится](#)Показать список оценивших

вчера в 23:10

Ответить



Валерий Игнатов

Ликвидировал должность главного по правам человека и сразу заговорил о каких то правах

[Нравится](#)Показать список оценивших

вчера в 23:27

Ответить



Леша Раша

Даёшь приоритетные национальные проекты👉

1. Проект «Здоровье»
2. Проект «Доступное и комфортное жилье»
3. Проект «Курс на инвестиции в человека, а значит – в будущее России»



[Нравится](#)Показать список оценивших

три часа назад

Ответить



Валентин Быков

17 лет - сплошные нацпроекты !!! дармоеды и ворюги !!!

[Нравится](#)Показать список оценивших

два часа назад

Ответить

Рис. 1. Фрагмент дискуссии в аккаунте «Известий» в ВК.

2) в приведенном примере отсутствуют эмодзи; эмописьменность представлена в виде групп восклицательных знаков и отсутствия знаков препинания, а также использования стикера с «силовой кнопкой»;

3) изображения используются как дополнение к тексту высказывания (в то же время мы видели 7 случаев использования изображения как части высказывания).

В целом приведенный пример показывает, что лента комментариев может изучаться в динамике как самостоятельный элемент онлайн-коммуникации. В частности, объектом изучения может быть динамика визуальной саморепрезентации (аватары), стилистика высказываний, в том числе и синтаксис поликодовых высказываний (высказываний, содержащих изображение или видео). Очевидно, что наблюдения за комментариями пользователей могут способствовать развитию адекватных научных представлений о совершенствовании способов и приемов онлайн-коммуникации, вырабатываемых пользователями.

Заключая доклад, остается отметить, что гипотеза о превалировании изображения над текстом не оправдывается. Пользователи довольно редко обращаются к изображениям как части рассуждений, кроме того, в исследуемом материале мы не наблюдали зависимость числа лайков под комментарием от наличия или отсутствия изображения в составе этого высказывания (из 189 комментариев поддержаны хотя бы одним «лайком» были 29 комментариев, из них изображение содержали только два).

Стоит вернуться к словам Э. Тарановой и отметить, что прогноз о быстрой экспансии изображения как основного носителя информации не оправдывается ни на уровне «содержательной картинке», ни на уровне пиктографического всплеска. Во всех этих способах коммуникации можно усматривать аналог «коммуникационного слэнга» (быстро-преходящего в силу «приедания»): так, наши наблюдения за редукцией места эмодзи подтверждают этот вывод.

Список литературы

1. Селютин, А. А. Форум как жанр виртуального общения [Текст] / А. А. Селютин // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008. – № 9. – С. 121–124.
2. Bredehoft, T. A. The visible text: textual production and reproduction from Beowulf to Maus [Text] / T. A. Bredehoft. – Oxford: Oxford UP, 2014. – 182 p.
3. Fong, K. What Does My Avatar Say About Me? Inferring Personality From Avatars [Text] / K. Fong, Raymond A. Mar // Personality and Social Psychology Bulletin. – Vol. 41. – Issue 2. – P. 237–249, doi10.1177/0146167214562761.
4. Антонова, Ю. А. Аватар как элемент самопрезентации в социальной сети [Текст] / Ю. А. Антонова, С. А. Демина // Лингвокультурология. – 2010. – № 4. – С. 15–20.

ОБСУЖДЕНИЕ ДОКЛАДА

Ботряков В. Г. Картинкой много смыслов отправить нельзя. С точки зрения упаковки смыслов она может быть исключительно дополнением к тексту – в большинстве случаев.

Сыса И. А. Мне кажется, здесь работают не столько правила коммуникации, сколько психология пользователей: например, какой-нибудь злобный человек всегда найдет в Интернете соответствующее изображение, чтобы ярче выразить свою агрессию.

Букин В. Д. А вот с точки зрения оформления высказывания – важно, что уходит capslock как способ выразить соответствующие эмоции.

Ботряков В. Г. На мой взгляд, современным исследователям очень важно обратиться к комментариям. Я бы даже сказал, что в комментариях «самый жир».

Артишевский Э. В. Интересно узнать, сохраняется ли в современной коммуникации тенденция ставить несколько скобок подряд – как вариант смайлика, эмодзи?

Загидуллина М. В. Надо отметить, что эта тенденция сохранилась и упростилась – сейчас фактически рождаются новые пунктуационные знаки – двойная скобка (открывающая – как знак грустного эмотикона, закрывающая – как знак веселого эмотикона). Люди избегают постановки прежнего знака (двоеточие, дефис, скобка либо двоеточие и скобка), поскольку он превращается в «рожицу», вымещенную из повседневной коммуникации на периферию как «устаревший знак». Но потребность поставить смайлик осталась, и поэтому утвердилась двойная скобка.

Артишевский Э. В. В 1987 году мне попала диссертация по медицине, связанная со способами графического письма.

Загидуллина М. В. По афазиям, видимо? Если отвлечься от сугубо медицинской позиции, то, на мой взгляд, следует говорить о когнитивном подходе: коммуниканты стремятся к выражению своей мысли либо усложненным, непрямым путем, либо тяготеют к простым решениям. То есть шкала «простое – сложное».

Зыховская Н. Л. То есть всегда эти две тенденции?

Артишевский Э. В. Это вопрос творческого начала. Человек творец или нет. По идее, каждый человек должен творить. И тогда сложное – это естественное в коммуникации.

Шакиров С. М. Но обратите внимание, что додекафоническое в музыке намного легче!

Зыховская Н. Л. Иконический знак как таковой вымещается на периферию, например, голосовыми сообщениями. Не выместит ли графику именно аудиальное начало коммуникации?

Загидуллина М. В. В настоящее время мы не наблюдаем яркого вторжения аудиального в коммуникацию. Вроде бы у пользователей есть все инструменты – нет проблем выложить аудиозапись. Но этого не происходит, ведь в настоящее время интернет-коммуникация все равно немая (общение во время рабочего дня).

Артишевский Э. В. А мне кажется, не только аудиальное, но даже кинестетическое идет на смену. Например, вибрация. А скоро Интернет еще и запахами наполнится!

Сыса И. А. Возвращаюсь к психологии. Написать для многих людей легче, чем сказать. Во почему графические тексты будут держаться долго, а место аудиального в информационных потоках относительно невелико.

Букин В. Д. Я бы обратил внимание на онлайн-рисование. Появляются специальные инструменты – и возникают новые тенденции в оформлении текста. Просто потому, что инструменты доступны каждому, просты в использовании.

Сыса И. А. Мне кажется также важным такой момент, как удаление комментариев, модерация, все эти «проплаченные» тролли и т. п.

Загидуллина М. В. Я согласна, что сам субъект коммуникации, его прагматика чрезвычайно важны для объяснения происходящих явлений. Благодарю всех за полезные мнения и вопросы!

Ботряков В. Г.

ПОЛИТИЗАЦИЯ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО РУНЕТА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

Доклад посвящен анализу политического контента развлекательного сегмента Рунета. Автор рассматривает возможности модерации информационных потоков и способов управления системами 2.0.

Ключевые слова: UGC, развлекательные сайты, политизация.

Обсуждать политику пользователи в интернете будут всегда. В любой публикации касающейся устройства общественной и политической жизни будет затронуто то, как неправильно это устроено у нас.