

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2021.27.3.22>**ДЕФЕКТЫ КРЕОЛИЗОВАННОГО МЕДИАТЕКСТА: НЕЯСНОСТЬ, БЕССОДЕРЖАТЕЛЬНОСТЬ, КАЛАМБУР**

Научная статья

Горина Е.В. *

ORCID: 0000-0001-5927-5023,

Уральский федеральный университет, Екатеринбург, Россия

* Корреспондирующий автор (gorina9[at]yandex.ru)

Аннотация

В статье рассматриваются случаи неудачного взаимодействия частей креолизованного медиатекста, его вербальных и невербальных компонентов. Поскольку иллюстрации в современном медиатексте придается большое значение и понимание креолизованного текста подразумевает одновременное восприятие словесного и изобразительного, то сочетание картинки и текста должно быть особенно взвешенным, ясным для адресата и легким для восприятия. В статье разбираются случаи неясности, каламбурности и бессодержательности, возникших в результате непродуманного сочетания вербальных и невербальных частей текста. Автор приходит к выводу, что ошибки в сопоставлении текстовых и визуальных частей сообщения могут привести к падению имиджа издания, к уменьшению аудитории, снижению доверия медиаплощадке и т.п.

Ключевые слова: медиатекст, литературное редактирование, неясность, бессодержательность, каламбур, креолизованный текст.

DEFECTS OF THE CREOLIZED MEDIA TEXT: VAGUENESS, MEANINGLESSNESS, WORDPLAY

Research article

Gorina E.V. *

ORCID: 0000-0001-5927-5023,

Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia

* Corresponding author (gorina9[at]yandex.ru)

Abstract

The article examines cases of unsuccessful interaction between the elements of a creolized media text, its verbal and non-verbal components. Since illustrations in the modern media text are of great importance and the understanding of the creolized text implies the simultaneous perception of the verbal and the visual, the combination of the picture and the text should be especially balanced, clear and easy to perceive for the addressee. The article deals with cases of ambiguity, wordplay and meaninglessness that arise as a result of an ill-considered combination of verbal and non-verbal parts of the text. The author comes to the conclusion that errors in the comparison of text and visual elements of the message can lead to a decrease of the image of the publication, its audience, trust in the media platform as a whole, etc.

Keywords: media text, literary editing, obscurity, meaninglessness, wordplay, creolized text.

Введение

Современное медиасообщение имеет сложную структуру, поскольку чаще всего является креолизованным текстом [1], [2], [4], [6]. Наличие невербальных компонентов сегодня обязательно для медиатекста, поскольку любая картинка (фотографии, коллажи, карикатуры, таблицы, схемы, мемы, репродукции, макеты и т. п.), видео или аудиофайлы привлекают и удерживают внимание аудитории [1], [2], [6], [7]. Благодаря невербальным частям текста адресат чаще испытывает эмоции, более охотно делится публикацией в социальных сетях, склонен дочитать текст. Е.Е.Анисимова [1] называет семь функций креолизованных текстов. 1) Символическая (через изображения выражаются абстрактные понятия, например, заметки про открытия астрономов сопровождаются снимками планет, звезд, космических аппаратов и т.п.). 2) Иллюстративная (картинка в этом случае оживляет повествование для читателя, например, в новости об очередях в поликлиниках в период пандемии такую роль сыграет фотография толпы людей, стоящих у входа в медцентр). 3) Аргументирующая (иллюстрация выступает доказательством сказанного в тексте, гарантирует честность автора, часто это скрины документов, архивные фото, снимки найденных вещей и т.п.). 4) Эвфемистическая (в этом случае картинка требует интерпретации от самого читателя, например, новость о выставке «оживших» картин И. И. Шишкина проиллюстрирована его репродукцией, которую интерпретировать следует самому читателю). 5) Имиджевая (в этом случае иллюстрация подчеркивает имидж издания или той сетевой площадки, где публикуется текст и картинка, его сопровождающая, например, каждое издание устанавливает свои границы этического в иллюстрациях). 6) Характерологическая (невербальные компоненты позволяют передать исторический колорит, особенности местности, национальный дух, индивидуальные черты человека и т. п., например, в новости про Сабантуй фотографии покажут национальные костюмы, предметы быта, уникальные блюда и т. д.). 7) Сатирическая (в этом случае картинка рождает заранее продуманный автором комический эффект).

Вербальный текст может быть по-разному объединен с невербальным компонентом. Например, картинка и текст могут быть неразрывно связаны, в этом случае текст без изображения или изображение без текста до конца понятны не будут. Связь иллюстрации и текста может быть частичной, в этом случае картинка дополняет текст, но и без нее адресат поймет авторский замысел. Важно, что в креолизованном тексте восприятие включает в себя одновременное понимание и словесного, и изобразительного, именно поэтому, какой бы ни была креолизация, архитектура текста, сочетание вербального и невербального должно быть гармоничным, ясным для читателя [6], [7]. Все части

публикации работают на выражение основного суждения автора. Если оценивать такой текст с позиции его смысловой структуры, то невербальные компоненты могут играть роль иллюстрации, констатирующего или развивающего тезиса [3], [9].

В данной статье мы обратим внимание на случаи неудачной организации креолизованного текста, рассмотрим примеры неясности, бессодержательности и каламбурности на уровне сочетания вербальных и невербальных компонентов медиатекста [8]. Материалом для исследования послужили материалы информационного агентства (далее ИА) «URA.RU». Стандартное сообщение ИА состоит из основного текста (вербальная часть) и иллюстрации (невербальная часть). Основной текст включает в себя заголовок, лидовый абзац, тело текста, бэкграунд. Невербальный компонент чаще всего представлен в виде фото, коллажа или скрина и всегда сопровождается подписью. Мы покажем примеры неудачного соединения иллюстрации и основного текста. Отметим, что точные ссылки на примеры дефектных текстов мы не даем по этическим соображениям, а также потому, что часть погрешностей была исправлена в результате обсуждения текстов с их авторами.

Ошибки в сочетании вербального и невербального в медиатексте

Неясность. Этот вид погрешности возникает при полном несовпадении сути иллюстрации, подписи к ней и основного текста. В этом случае адресату сложно уловить смысловую связь между картинкой и основным текстом, между картинкой и подписью к ней. Причины такой неясности могут быть различными. Приведем примеры.

К публикации о том, что жители Югры застряли на границе России и Грузии из-за проблем с документами, подобрана фотография губернатора ХМАО Н. В. Комаровой, выступающей на каком-то торжественном мероприятии. При этом в публикации не идет речь о губернаторе и каком-либо торжестве, автор рассуждает только о том, в какие бюрократические передряги с документами попали югорчане и как долго они не могут пересечь границу. При этом подпись к фото повторяет главную мысль заметки: «Югорчане не могут въехать в Россию с территории Грузии». Конечно, такое сочетание картинки, подписи и текста ставит читателя в тупик. Объяснить роль губернатора в ситуации застрявших на границе югорчан невозможно. По какой причине фото губернатора иллюстрирует новость о сложностях на границе, для читателя остается неясно. Выбор иллюстрации в данном случае построен на ассоциации «ХМАО-Югра- руководитель Комарова», которая, возможно, понятна адресату, но не объясняет логической связи картинки и текста, уводит читателя в сторону от основного суждения автора, загромождает текст, усложняет процесс интерпретации изображения и основного текста.

Покажем еще один пример. Новость посвящена проблемам работников промышленного предприятия одного из городов Свердловской области. Сотрудники предприятия пожаловались на задержку зарплаты, но вместо денег получили угрозу увольнения. Данная публикация сопровождается изображением автобуса, в котором виден водитель и пара пассажиров. Подпись к фото гласит: «На предприятии после заявления работников уже месяц идет проверка». Уловить логическую связь между текстом и фото, между фото и подписью снова невозможно. Предприятие, о котором идет речь в новости, не имеет никакого отношения к транспорту. Предположение, что автобус на снимке возит работников предприятия, тоже не имеет никаких оснований, поскольку в тексте об этом ничего не сказано.

Читатель, сталкиваясь с такими примерами, невольно начинает разгадывать их, ведь понимание креолизованного текста подразумевает работу с изображением и текстом одновременно. Если взаимодействие компонентов креолизованного сообщения читателю неясно, он склонен в целом информацию считать непродуманной, а ее автора непрофессиональным. Коммуникативный конфликт, который рождает неудачное сочетание картинки и текста, отвлекает адресата от сути сообщения, провоцирует на критическое отношение к работе журналистов. Увы, примеров неудачного иллюстрирования встречается много. Думается, это результат непродуманной работы с текстом, невнимательного отношения к различным, но взаимосвязанным частям креолизованного сообщения. Возможно, причиной погрешности становится спешка автора или отсутствие внимания к тексту со стороны бильд-редактора.

Остановимся еще на одном примере. К материалу о финансировании родоводов в России предлагается снимок литровой банки, полной пятирублевых монет, и подпись: «Каждый новорожденный обходится бюджету». Это пример недосказанности, пропуска смыслового звена, что тоже в итоге приводит к неясности. Такие обрывочные формулировки в подписи к иллюстрации часто следствие невнимательности автора. Но также возможно, что к обрывочным предложениям под снимками приводит ограничение на знаки в конкретных частях текста, которое существует в некоторых изданиях. Например, заголовок или подпись к фото не должны превышать 50-70 знаков с пробелами. В этом случае вечно торопящийся журналист может не заметить, что его подпись не входит в оговоренные рамки, и читатель получит неясный компонент текста. В приведенном примере неясность быстро устранится, если читатель познакомится с основным текстом, в котором указывается точная сумма, которую государство выделяет на новорожденного. Но если наш адресат читает новости поверхностно, обходясь заголовком, фото с подписью и, возможно, лидовым абзацем, то информацию он получит неполную и неясную.

Бессодержательность. Этот вид погрешности возникает из-за повторов информации (дублирование), сообщения об очевидном, крайнего лаконизма, а также из-за бесполезности иллюстрации. Проиллюстрируем указанные случаи.

Повторение информации может быть разным. Во-первых, возможны буквальные повторы иллюстраций. Например, одна и та же картинка дополняет различные новости, которые стоят на сайте рядом. Этот повтор – снова результат невнимательности автора, который не заметил, что выбранная им картинка уже была использована другим автором. Случается, одна и та же иллюстрация повторяется дважды в одном тексте, часто это происходит по техническим причинам. Во-вторых, встречается повтор какой-либо части смысловой структуры текста (главной мысли, тезиса, иллюстрации), дублирование ее в заголовке, лиде, в подписи к фото и в изображении к тексту. Например, заголовок новости сообщает: «Россияне увидят затмение Луны», лидовый абзац повторяет эту мысль («Жители России сегодня смогут увидеть затмение Луны, которое состоится в 22:12 по московскому времени»), то же самое говорится в подписи к фото («Россияне увидят затмение Луны»), а на самом фото изображено объявление:

«Лунное затмение 5 июня 2020 года в 22:12 по Москве». Такое четырехкратное дублирование информации должно если не обидеть адресата, то как минимум оттолкнуть бессодержательностью.

Приведем другой пример бессодержательности. Новость о конфликте между директором департамента информполитики Свердловской области Юлией Прытковой и руководителем «Областной газеты» Дмитрием Поляниным дополняется снимком, на котором герои публикации стоят рядом. При совершенно нейтральном повествовании в самой новости и при отсутствии на снимке других людей подпись к фото уточняет: «Война Юлии Прытковой (справа) и Дмитрия Полянина длится уже более года». Это уточнение «справа» выглядит даже комично и совершенно бессодержательно.

Максимальный лаконизм подписи к фото тоже может привести к бессодержательности. К заметке о начале периода подготовки детей к школе дана фотография девушки, несущей из магазина пакеты, полные покупок. Подпись к фото минимальна и по сути бессодержательна: «Шопинг».

Раскроем еще один пример. Большая статья подробно рассказывает о том, как автолюбителям получить от страховых компаний полную сумму за ремонт авто быстро и без суда и как предпринимателям, живущим за границей, вернуть накопления в Россию и получить налоговую протекцию. Публикация полезная, но объемная и непростая для чтения. Поэтому привлечь к ней внимание адресата могла бы удачная иллюстрация. Однако этот текст сопровождается фото, на котором видна рука человека в деловом костюме, занесенная над неким документом в папке. Вероятно, человек собирается документ подписать. Нельзя сказать, что этот снимок путает читателя, не имеет отношения к содержанию статьи или противоречит ему. В статье идет речь о многих документах, часть из них подписана и уже вступила в действие. Однако такая иллюстрация бессмысленна, она не вызывает никаких эмоций у адресата, она не дополняет текст настолько, чтобы читатель смог найти в ней какую-то новую информацию, она не привлекает внимание, то есть не играет ту роль, которая ей отведена в медиатексте. Такая картинка имеет настолько обобщенный характер, настолько размытое значение, что в ней нет никакого смысла по отношению к тексту, который она сопровождает. Такого рода иллюстрации бессодержательны, бессмысленны, нейтральны, следовательно, бесполезны. Формально текст в этом случае проиллюстрирован, но фактически такое иллюстрирование может оттолкнуть читателя, особенно если привлекательность изображения для него – важный критерий выбора информации.

Каламбур. Сначала уточним, что каламбур в данной статье мы рассматриваем как дефект, а не как выразительное средство. Ошибкой мы считаем непредусмотренный каламбур, не запланированный автором. Каламбур – погрешность, если комический эффект, замеченный адресатом в тексте, нарушает логику текста, мешает восприятию авторской мысли, сбивает читателя с толку. Каламбур может родиться в сочетании изображения и подписи к нему, сочетании изображения и основного текста. Обратимся к примеру.

К новости о страшных пожарах в Курганской области, оставивших многие семьи без жилья, автор ставит изображение пастуха и коров, бредущих через поле. Подпись к фото сообщает: «Рабочая группа определит, какую поддержку получают уральские погорельцы». Так автор проиллюстрировал информацию о том, что губернатор и его помощники, вошедшие в рабочую группу, помогут пострадавшим. Однако читатель получил возможность посмеяться над тем, что в рабочую группу вошли быки и коровы...

Заметим, что креолизованный текст может содержать различные ошибки одновременно. Например, текст с заголовком «После закрытия выставки вооружения Нижний Тагил лишился и отеля Park Inn by Radisson» настраивает читателя на два предмета речи – закрытие выставки и закрытие отеля. Однако в тексте нет ни слова о выставке вооружения, вся заметка посвящена исключительно расторжению договора с отелем. При этом новость иллюстрируется фотографией военного полигона, по которому в клубах пыли движется танк, вокруг видны взрывы, военные машины и солдаты. Подпись к этой фотографии гласит: «Отель мирового бренда работал в городе с сентября 2015 года». Конечно, читатель становится в тупик, ведь невозможно понять, какое отношение выставка вооружений имеет к отелю, как связано изображение танка и сообщения о работе отеля? Читатель может только посмеяться, предположив, что отель пострадал в результате атаки военных. Как видим, в этом тексте допущены сразу две ошибки: неясность и каламбур. Тот факт, что в заголовке заявлены два предмета речи, один из которых в тексте никак не раскрывается, можно рассматривать как нарушение закона тождества, но поскольку предмет речи «выставка вооружений» не получает своего развития, это скорее говорит о неясности в данном тексте.

Заключение

Как показало наше исследование, построение современного креолизованного текста не всегда бывает удачным. Часто невнимательность автора, технические нюансы, непродуманность текста приводят к коммуникативному конфликту между читателем и текстом/его автором. Возможно, ошибки являются следствием спешки (мы знаем, например, что на подготовку заметки в ИА автору отводится 20-25 минут, поэтому выбор иллюстрации занимает крайне мало времени). Кроме того, отсутствие логической связи между вербальными и невербальными компонентами может быть результатом неслаженной работы автора текста и билль-редактора. Конечно, редко обновляемый, бедный фотобанк – это тоже проблема для издания.

Однако даже при том, что сегодня мы часто встречаем примеры современной медианормы, допускающей большую свободу в плане стилистики, этики и т.п., нежели классическая языковая норма [5], внимание к иллюстрациям все растет. Роль невербального компонента в тексте очевидна даже для непрофессиональных авторов. Ведь ошибки в сочетании текстовых и визуальных частей сообщения часто ведут к падению имиджа издания, уменьшению аудитории, снижению доверия медиаплощадке и т.п. Поэтому анализ погрешностей креолизованного текста представляется нам перспективным и важным. Несомненно, понимание сути погрешности позволяет предупредить ошибку, позаботиться о ее своевременном исправлении.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студентов фак. иностр. яз. вузов / Е. Е. Анисимова. – М. : Академия, 2003. – 128 с.
2. Вашунина И.Р. Креолизация текста как прием реализации манипуляционной стратегии [Электронный ресурс] / И. Р. Вашунина // Преподаватель XXI век. – 2016. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreolizatsiya-teksta-kak-priem-realizatsii-manipulyatsionnoy-strategii-1> (дата обращения: 10.08.2021).
3. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: Проблемы семиосоциопсихологии / Т. М. Дридзе. – М. : Академия, 1984. – 268 с.
4. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения / М. Н. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001 – 319 с.
5. Клушина Н.И. Языковая норма и ее роль в организации общественного сознания / Н. И. Клушина // Известия южного федерального университета. Филологические науки. – 2017. – № 4. – С. 46-55.
6. Лазарева Э. А. Реклама в Интернете как область системных взаимодействий / Э. А. Лазарева // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. – 2013. – №1 (5). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklama-v-internete-kak-oblast-sistemnyh-vzaimodeystviy> (дата обращения: 10.08.2021).
7. Лазарева Э.А. Архитектоника дискурса Интернета [Электронный ресурс] / Э .А. Лазарева // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. – 2012. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/arhitektonika-diskursa-interneta> (дата обращения: 10.08.2021).
8. Майданова Л.М. Критика речи и литературное редактирование текстов СМИ : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика" / Л.М. Майданова. – Федеральное агентство по образованию, Уральский гос. ун-т им. А. М. Горького. – 2-е изд., перераб. – Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2009. – 240 с.
9. Майданова Л. М. Практикум по современному русскому литературному языку : Для студентов-журналистов / Л. М. Майданова. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1993. - 384 с.
10. Сараева К.И. Архитектоника анонса: иллюстрация как графически-дизайнерский элемент привлечения внимания адресата текста [Электронный ресурс] / К.И. Сараева // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2014. – №4 (149). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/arhitektonika-anonsa-illyustratsiya-kak-graficheski-dizaynerskiy-element-privlecheniya-vnimaniya-adresata-teksta> (дата обращения: 10.08.2021).

Список литературы на английском / References in English

1. Anisimova E. E. Lingvistika teksta i mezhkul'turnaya kommunikaciya (na materiale kreolizovannyh tekstov): ucheb. posobie dlya studentov fak. inostr. yaz. vuzov [Linguistics of the text and intercultural communication (based on creolized texts): textbook. manual for students fac. foreign lang. universities] / E. E. Anisimova. – М. : Akademiya, 2003. – 128 p. [in Russian]
2. Vashunina I.R. Kreolizatsiya teksta kak priem realizatsii manipulyacionnoj strategii [Creolization of text as a technique for implementing a manipulation strategy] [Electronic resource] / I. R. Vashunina // Prepodavatel' НКНХI век. – 2016. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreolizatsiya-teksta-kak-priem-realizatsii-manipulyatsionnoy-strategii-1> (accessed: 10.08.2021). [in Russian]
3. Dridze T. M. Tekstovaya deyatel'nost' v strukture social'noj kommunikacii: Problemy semiosociopsihologii [Textual activity in the structure of social communication: Problems of semiosocial psychology] / T. M. Dridze. – М., 1984. – 286 p. [in Russian]
4. Kim M.N. Tekhnologiya sozdaniya zhurnalistskogo proizvedeniya [The technology of creating a journalistic work] / M. N. Kim. – SPb.: Izd-vo Mihajlova V.A., 2001 – 319 p. [in Russian]
5. Klushina N.I. YAzykovaya norma i ee rol' v organizacii obshchestvennogo soznaniya [Language norm and its role in the organization of public consciousness] / N. I. Klushina // Izvestiya yuzhnogo federal'nogo universiteta. Filologicheskie nauki. – 2017. – № 4. – P. 46-55. [in Russian]
6. Lazareva E. A. Reklama v Internetе kak oblast' sistemnyh vzaimodejstvij [Advertising on the Internet as an area of systemic interactions] / E. A. Lazareva // Al'manah teoreticheskikh i prikladnyh issledovaniy reklamy. – 2013. – №1 (5). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklama-v-internete-kak-oblast-sistemnyh-vzaimodeystviy> (accessed: 10.08.2021). [in Russian]
7. Lazareva E.A. Arhitektonika diskursa Interneta [The Architectonics of Internet Discourse] [Electronic resource] / E .A. Lazareva // Ural'skij filologicheskij vestnik. Seriya: YAzyk. Sistema. Lichnost': lingvistika kreativa. – 2012. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/arhitektonika-diskursa-interneta> (accessed: 10.08.2021). [in Russian]
8. Majdanova L.M. Kritika rechi i literaturnoe redaktirovanie tekstov SMI : uchebnoe posobie dlya studentov, obuchayushchihся po napravleniyu 030600 "ZHurnalistika" i special'nosti 030601 "ZHurnalistika" [Criticism of speech and literary editing of media texts: a textbook for students studying in the direction 030600 "Journalism" and specialty 030601 "Journalism"] / L. M. Majdanova. – Federal'noe agentstvo po obrazovaniyu, Ural'skij gos. un-t im. A. M. Gor'kogo. – 2 edit. – Ekaterinburg : Izd-vo Ural'skogo un-ta, 2009. – 240 p. [in Russian]
9. Majdanova L. M. Praktikum po sovremennomu russkomu literaturnomu yazyku : Dlya studentov-zhurnalistov [Workshop on modern Russian literary language: For student journalists] / L. M. Majdanova. — Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 1993. - 384 p. [in Russian]
10. Saraeva K.I. Arhitektonika anonsa: illyustratsiya kak graficheski-dizajnerskij element privlecheniya vnimaniya adresata teksta [Architectonics of the announcement: illustration as a graphic design element to attract the attention of the addressee of the text] [Electronic resource] / K .I. Saraeva // Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie. – 2014. – №4 (149). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/arhitektonika-anonsa-illyustratsiya-kak-graficheski-dizaynerskiy-element-privlecheniya-vnimaniya-adresata-teksta> (accessed: 10.08.2021). [in Russian]