

С. В. Иванова S. V. Ivanova  
О. Е. Артемова O. E. Artyomova  
Уфа, Россия Ufa, Russia

**МАРШРУТИЗАЦИЯ ВОСПРИЯТИЯ  
И ВОЗДЕЙСТВУЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ  
ПОЛИТИЧЕСКОГО  
ИНТЕРНЕТ-МЕДИАТЕКСТА**

**Аннотация.** Рассматривается интернет-медиа-текст с точки зрения его воздействующего потенциала. В фокусе внимания находятся конвергентная структура и содержание интернет-медиа-текста в рамках трансмедийной журналистики. Используя технологические возможности сети Интернет, подкрепляя содержание «традиционного текста» возможностями других медиа, авторы онлайн-изданий направляют внимание читателя, предоставляя ему иллюзорную свободу выбора точки зрения. На самом деле имеет место интенсивное воздействие, многократно усиленное всеми возможными конвергентными медиа.

**Ключевые слова:** интернет-медиа-текст; воздействие; маршрутизация; навигационно-ассоциативная сеть; ре-медиация; трансмедийность; гипертекст.

**Сведения об авторе:** Иванова Светлана Викторовна, доктор филологических наук, профессор, ведущий кафедрой английской филологии и межкультурной коммуникации.

Место работы: Башкирский государственный университет.

**Контактная информация:** 450074, г. Уфа, ул. Коммунистическая, 19, к. 8.  
e-mail: svet\_victoria@mail.ru.

**Сведения об авторе:** Артемова Ольга Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры методики иноязычного образования и второго иностранного языка.

Место работы: Башкирский государственный университет.

**Контактная информация:** 450074, г. Уфа, ул. Коммунистическая, д. 19, к. 25.  
e-mail: artemovaoe@gmail.com.

**PERCEPTION ROUTING  
AND PERSUASION POTENTIAL  
OF THE POLITICAL  
INTERNET MEDIA TEXT**

**Abstract.** The article is devoted to the Internet media text and its persuasion potential. The authors focus on the convergent structure and content of the Internet media text as a sample of transmedia journalism. Using technological possibilities of the Internet, supporting the content of a regular text by the other media, the authors of online editions route the reader's attention, granting them illusory freedom of opinion. In reality, it leads to overwhelming persuasion, intensified by all possible convergent media.

**Key words:** Internet media text; persuasion; routing; associative navigation net; remediation; transmediation; hypertext.

**About the author:** Ivanova Svetlana Viktorovna, Doctor of Philology, Intercultural Communication and Translation Chair, Professor and Head of the Chair.

Place of employment: Bashkir State University.

**About the author:** Artyomova Olga Evgenyevna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Methodology of Foreign Language Education and the Second Foreign Language.

Place of employment: Bashkir State University.

Не вызывает сомнения тот факт, что в современную эпоху Интернет становится всемогущим средством доставки информации. Именно в эту среду уже перешли все средства массовой информации, там разворачиваются процессы, касающиеся формирования нового облика массмедийной коммуникации — трансмедийной журналистики. Характерно, что Всемирная паутина, обладая огромным арсеналом мультимедийных возможностей, позволяет СМИ значительно увеличивать каналы «доставки» информации читателю, что, как представляется, влечет за собой особую эффективность интер-

нет-медиа-текста, т. е. размещенного в онлайн-изданиях текста СМИ. Естественно, что в этих сравнительно новых условиях медиа-текст неизбежно претерпевает изменения, которые должны быть связаны с воздействующим потенциалом интернет-медиакоммуникации как таковой. Цель данного исследования состоит в соотнесении особенностей информационного развертывания текста массмедиа, помещенного в интернет-пространство, с воздействующим потенциалом интернет-медиа-текста.

Постановка данной цели напрямую соотносится с определением особенностей

восприятия текста, помещенного в характеризующуюся новыми технологическими возможностями дигитальную среду. Соответственно интерес вызывает то, каким образом эти технологические возможности, вкуче с особенностями политической коммуникации, влияют на передачу воздействующего потенциала медиатекста. Вопрос восприятия интернет-текста возникает в связи с точкой зрения некоторых исследователей, которые полагают, что при работе с интернет-текстом читатель получает самостоятельность: он независимо движется в информационном пространстве текста, что, соответственно, ведет к бóльшей объективности информации, возможности, благодаря которой читатель может сам делать выводы по той или иной проблеме.

Представляется, что вопрос об объективности интернет-медиатекста, возникающей в результате привлечения различных медиа с кажущимся отсутствием жесткой маршрутизации читательского восприятия, напрямую связан с онтологическими характеристиками бытования медиатекста в рамках интернет-коммуникации. В первую очередь необходимо отметить явление расширения границ медиатекста, которое реализуется в нескольких направлениях. Прежде всего меняется структурирование текста — самой яркой характеристикой в этом отношении становится потеря линейной структуры. Как известно, на бумажном носителе текст имеет строгую одновекторную направленность: информационное развертывание носит линейный характер, текст имеет начало (точка Н) и завершение (точка З), информация развертывается от точки Н к точке З. Эти две точки отвечают за маршрутизацию читательского восприятия текста, т. е. читатель движется от начала к концу текста по заданному направлению. Даже если читатель хочет нарушить эту последовательность — остановиться и перечитать тот или иной отрывок, — он все равно останется ограничен материальными рамками текста.

Другую картину можно наблюдать в электронных СМИ. Авторы интернет-медиатекстов пользуются богатыми возможностями цифровой среды, соответственно текст обрастает многочисленными ссылками. Возможность нарушения читателем однонаправленного линейного маршрута, который и задает восприятие интернет-медиатекста, заложена в электронном тексте. Читатель может уйти от изначального текста по любой из предложенных ссылок. Искусение перехода по приведенным ссылкам с неизбежностью приводит к тому, что адресат расширяет поле чтения. В результате ин-

тернет-медиатекст приобретает характер навигационно-ассоциативной сети, по которой и движется читатель. Таким образом, после получения свойства нелинейности развертывания информации медиатекст, если не превращается в гипертекст полностью, то в значительной степени приобретает его черты. Как известно, гипертекст, представляя собой «нелинейно организованный объем политематических комментариев, интегрирующих непересекающиеся информационные ресурсы, между которыми при необходимости могут быть установлены перекрестные ссылки», интегрирует фрагментарное знание о социальной, психологической, дискурсивной действительности, которая отражена в линейном тексте [Большакова 2008: 50]. Таким образом, медиатекст помещается в гиперсреду (гипермедиа) — пространство, в котором информация представлена дискретно и соединяется при помощи внутренних и внешних ссылок, что позволяет читателю получить объемное представление об анализируемой проблеме.

Гипертекстуальность медиатекста в рамках интернет-коммуникации характеризуется не только расширением информационного поля посредством многочисленных ссылок на другие тексты данной тематики (тексты СМИ «представляют собой совокупность фраз бесконечных гипертекстов, где все является ссылкой друг на друга и бесконечным цитированием» [Артамонова, Кузнецов 2008]), но и наличием визуального компонента. Это еще одно направление расширения границ интернет-медиатекста. Воздействие визуального образа в сочетании с текстом уже давно является объектом многочисленных и разнообразных исследований. Так, социолог Элизабет Чаплин утверждает, что такое сочетание является более эффективным по сравнению с исключительно вербальным. Кроме того, визуальный образ не только отображает содержание письменного текста, но и может корректировать его («they do not merely reflect the reality referred to in the written text, but refashion their sources according to pictorial codes» [Chaplin 1994: 3]). Интегрированность знаковых образований, в том числе и изобразительных средств, в текстуальное пространство как печатных, так и электронных СМИ растет и является уже неременным условием массовой коммуникации [Березин 2003].

Изображение дает возможность автору завуалировано выразить свою мысль, а читателю предоставляет относительную свободу интерпретации, что делает наличие невербального компонента неотъемлемым атрибутом медиатекста, ориентированного

на объективность информации. Как и вся современная культура, глобальная Сеть пронизана визуальными знаками. Вполне понятно, что интернет-коммуникация не ограничивается вербальным общением и разнообразие и функции визуальных кодов постоянно расширяются. Анализ онлайн-изданий, которые с достаточным основанием можно рассматривать как сложную «автономную знаковую систему», в которых (так же, как в кино, телевидении и рекламе) используется «разнородный знаковый материал», показывает, что «возникновение смыслов зависит от взаимодействия изображения, звука и начертания знаков» [Барт 1975: 124].

Таким образом, семиотически смешанный, или поликодовый характер интернет-дискурса проявляется в том, что в организации текстов подобного типа принимают участие элементы разных семиотических систем, при этом вербальный текст, как правило, сопровождается невербальными компонентами. В этом состоит смысл понятия «ре-медиация» [Рязанцева 2010]. В процессе восприятия в сознании читателя декодируются как вербальная, так и невербальная части текста, в результате чего происходит создание единого объемного образа (смысла).

Подобные тексты некоторые исследователи называют креолизованными. В их структурировании, наряду с вербальными, применяются иконические средства, а также средства других семиотических кодов (цвет, шрифт и др.) [Анисимова 2003: 3]. Кроме того, мультимедийный характер интернет-коммуникации позволяет представить данные в виде звуко- и видеозаписей, мультипликации, изобразительного ряда. Элементы креолизованного медиатекста — вербальная часть текста плюс невербальная его составляющая — связаны между собой, так как семиотически осложненный текст может быть охарактеризован типичными текстовыми категориями (связность, модальность, образность и др.) [Анисимова 2003]. Что касается термина, то для обозначения подобных текстов некоторые исследователи, апеллируя к их семиотической организации, настаивают на наименовании «поликодовый». Так, В. Е. Чернявская определяет «многоуровневый полимедиаальный продукт коммуникативной деятельности, вербальное и невербальное — пара- и экстравербальное знаковое множество» как поликодовый текст [Чернявская 2009: 89—90]. Использование этого термина, подчеркивает автор, «отражает многомерный взгляд на текст» и является «следствием и отражением поликодового характера человеческой коммуникации на современном этапе» [Там же: 90].

Интернет-коммуникация создает особые возможности для порождения и функционирования поликодовых текстов. В условиях глобальной Сети их гипертекстуальность с эффектом «дрейфа целей» может практически до бесконечности расширять любую тему в киберпространстве [Щурина 2010: 83]. Принимая во внимание все вышесказанное, можно заключить, что в настоящее время медиатекст, размещенный в сети Интернет, представляет собой нелинейное «когерентное целое, слагаемое из нескольких семантических» [Чернявская 2009: 90] и семиотических кодов и характеризующееся несколькими фокусами внимания, которые обеспечивают читателю знакомство не только с данным исходным текстом, но и выход в большее, гипертекстовое пространство.

Для измерения воздействующего потенциала интернет-медиатекста можно воспользоваться разработанным Е. Е. Анисимовой перечнем функций, которые выполняются невербальным компонентом. Если экстраполировать на материал данной статьи этот перечень функций, предложенный для анализа интернет-рекламы, можно говорить об универсальных функциях для невербального компонента текста *per se*: *аттрактивной, информативной, экспрессивной и эстетической* [Анисимова 2003]. Выполнение всех этих функций и составляет воздействующий потенциал интернет-медиатекста, так как его информационная составляющая многократно усиливается привлечением трех других функций, которые и отвечают за воздействие — экспрессии, аттрактивности, эстетики.

Поскольку электронный медиатекст, как уже было отмечено, обладает такой текстовой характеристикой, как связность, то в первую очередь следует обратить внимание на ссылку — вербальный компонент газетной статьи. Ссылки, представляя собой один из способов углубления в информационное пространство, с одной стороны, позволяют читателю лучше понять смысл анализируемых событий, самостоятельно интерпретировать факты, изложенные автором, с другой стороны, несмотря на то что объективность является одним из основных требований новостных статей, даже тех, которые принадлежат к разряду «soft news», автор вольно или невольно представляет свою субъективную точку зрения на анализируемое событие. Одним из способов направить читателя в близкое автору русло интерпретации события являются ссылки, сопровождающие практически каждую аналитическую либо событийно-аналитическую статью. Ссылки содержат информацию, по-

звляющую читателю получить расширенное представление об истории анализируемого вопроса. Эта информация может быть отнесена как к отношениям дополнения, так и к интегративному типу корреляции<sup>[1]</sup>. Все зависит от степени заинтересованности (отношения дополнения) и компетентности (отношения интегративности) читателя. Что касается композиционных особенностей, то ссылки подобного рода, как правило, располагаются справа от текста в виде дополнительной колонки. Информация статей, к которым отправляют ссылки, имеет разъяснительный для исходного интернет-медиа-текста (текста, с которого читатель начал знакомство с материалами онлайн-издания) характер. Такие ссылки часто «дрейфуют», «мигрируют» от статьи к статье одной и той же тематики, что дает читателю возможность проследить за ходом развития освещаемых событий, на каком бы этапе он к ним ни обратился. Так, справа от первого абзаца в статье «Syria conflict: Fighting rages at Syria air» размещается группа ссылок, которые направляют читателя к истокам и подробностям военного конфликта:

- Syria conflict
- The story of the conflict
- Alawites stand firm
- Syria's tug-of-war bases [Syria Conflict... 2012].

Ссылки на статьи, которые тематически связаны с основным текстом, но имеют более разнообразную проблематику, могут быть размещены в конце статьи либо справа от текста, под рубрикой «MORE ON THIS STORY/ MORE FROM + название издания / MORE FROM THE WEB». Подобная расширенная ссылка дает возможность читателю, выйдя за пределы интернет-страницы или даже всего издания, получить всеобъемлющее представление об интересующем его событии.

Фотография, рисунок, фотоколлаж или карикатура представляют собой невербальный элемент поликодового текста. Это, пожалуй, самый популярный способ кодирования информации, который широко используется всеми электронными СМИ, поскольку изображение (иллюстрация), как утверждает Э. Чаплин, может выступать не только как способ фиксации данных, но и как средство для передачи и создания нового знания [Chaplin 1994: 13]. И это новое знание очень часто связывается для читателя с переработкой визуального компонента, который за счет экспрессивности разрушает мнимую объективность вербального компонента и добавляет тексту значительный воздействующий потенциал. Даже если читатель будет «бродить по просторам интернет-

пространства», предоставляющего возможность самостоятельных выводов, необходимо помнить, что эти выводы будут сделаны на основе сознательно подобранного и отобранного материала. В этом плане надо уделить особое внимание именно медиа-компоненту, трансмедийности, переходу от одной медиа к другой.

В свете этого заслуживают рассмотрения иллюстрации, многофункциональность которых в рамках интернет-медиа-текста несомненна. Они привлекают внимание, несут определенный информативный и экспрессивный заряд и часто являются эстетическим дополнением к тексту. С точки зрения корреляции с текстом так называемая «картинка» может выступать как дополнение к нему либо быть интегрированной в него. Так, фотография из вышеупомянутой статьи о военном конфликте в Сирии не просто иллюстрирует событие, но, несомненно, добавляет тексту экспрессивности, так как является ярким свидетельством разрушительности авианалетов одной из противоборствующих сторон (см. рис. 1; здесь и далее подписи к изображениям взяты из журналистских материалов).



Рис. 1. Smoke rises after a Syrian warplane launches missiles in Aleppo

Очевидно, что автор акцентирует внимание читателя на трагичности ситуации: силуэт древнейшего города зятанут гарью пожаров вследствие авианалетов. В результате читатель подвергается «объективному» воздействию, цель которого — убедить его в неправомерности позиции одной из сторон, которая эти авианалеты осуществляет. Содержание видео выполняет функции, свойственные элементам креолизованных текстов: информативную (подкрепление вербальной составляющей), аттрактивную (привлечение внимания читателя за счет подачи визуальной информации с места со-

бытия и объективизации информации), экспрессивную (экспрессивность связана с передачей трагичности ситуации) и эстетическую (любое изображение в той или иной мере выполняет эстетическую функцию).

Иллюстрация к статье «The many faces of Vladimir Putin» [Lukyanov 2012] представляет наглядный пример взаимной интеграции вербального и визуального компонентов текста. В статье личность президента России представлена как многогранный и противоречивый образ. Изображение в этой ситуации в отрыве от текста могло бы быть неоднозначно и некорректно интерпретировано. Текст статьи в сочетании с иллюстрацией исключает возможность смысловой незавершенности. Другими словами, картинка помогает сформировать концепт восприятия текста — по сути, она является его образом (см. рис. 2).



Рис. 2

*Vladimir Putin's 60 birthday was in October [picture by Natalia Mikhayenko]. Vladimir Putin is one of the most influential politicians on the planet, idolised as much as he is demonised. Both in Russia and abroad the president is gradually turning into a brand, a concept or a political product that means different things to different people [Lukyanov 2012].*

Если попробовать определить функцию данного рисунка с точки зрения информативности, аттрактивности, экспрессивности и эстетизации вербальной составляющей, то необходимо подчеркнуть, что все они задействованы в данном коллаже.

Электронные СМИ, безусловно, обладают гораздо более разнообразным набором средств для того, чтобы, «зацепив» читателя, дать ему возможность выйти за рамки линейного текста в поисках дополнительной информации. Этому служат видеоролики, цитаты, таблицы, диаграммы.

Так, основной иллюстрацией к статье «Taliban fighters changing sides in Herat» [Loyn 2012] является видеоролик (его первый кадр показан на рис. 3).



Рис. 3. «Me, or the Taliban»: Fighter leaves for love

Видеоряд воздействует эффективнее фотографии, так как значение зрительного образа подкрепляется озвученным языковым сообщением. Тема статьи — сложности попыток восстановления мирной жизни в израненной длительными военными действиями стране, раздираемой политическими, религиозными и культурными противоречиями, проблемы амнистии и интеграции бывших боевиков. Борьба с правительственными войсками на стороне талибов, вольное или невольное участие в боевых действиях — все это делает процесс разрушения и возвращения к семьям отнюдь не простым. Желание афганцев вернуться к мирной жизни с ее простыми ценностями прочитывается в видеоролике, центральное место в котором занимает человек, который сидит у себя дома и поет песню о том, как сложно получить прощение у правительства и у Всевышнего. Сделать это необходимо, потому что будущая молодая жена, которая сидит рядом, поставила ему условие — «я или Талибан» (эти же слова повторяются и в комментарии к видеоряду: «Me, or the Taliban»: *Fighter leaves for love*). Содержание видео выполняет функции, свойственные элементам креолизованных текстов: информативную (речь участников ролика), аттрактивную (содержание нетипично для новостей из раздираемого войной Афганистана), экспрессивную и эстетическую (определенное воздействие на читателя производит и сюжет, и песня, исполненная в специфической восточной манере).

Справа от первых абзацев статьи расположена группа ссылок под рубрикой «TALIBAN CONFLICT»:

- Insider attacks: Causes
- Who are the Taliban?
- Militant nexus
- Q&A: Foreign forces [Loyn 2012].

Информативный канал, которым в данном случае являются ссылки, расширяет содержание статьи, переводит читателя в гиперпространство и дает ему возможность узнать о причинах конфликта в стране, о движении «Талибан», т. е. получить более объемную информацию по данной проблематике. Однако ссылками маршрут восприятия интернет-медiateкста не ограничен.

Следующим невербальным элементом, сопровождающим текст, является фото человека, который свидетельствует против бывшего главаря группировки талибов. Боевик, в свою очередь, желает реабилитироваться и перейти на сторону правительства и утверждает, что не делал ничего противозаконного, а воевал на стороне талибов только по причине самосохранения:

*Now he wants to join the government formally and rolled out a long sheet of paper marked with hundreds of thumbprints and signatures of local elders who back his bid to be the police chief for a large part of the city of Herat and the border with Iran.*

*"I haven't done anything against the law. I went to the mountains with the Taliban because of security problems," he said [Loyn 2012].*



Рис. 4. Red Cross worker Abdul Karim says he was tortured by Abdullah's men

Абзац с речью боевика и фото его жертвы расположены друг напротив друга и выступают в композиционном и содержательном плане как аргумент и контраргумент. Такое расположение текста, визуального элемента и комментария к нему углубляет содержание анализируемого отрывка — читателю становится понятно, что раскаяние бывшего командира может быть неискренним, а преступления его — более серьезными, чем он хотел бы их представить. Вербальный и невербальный компоненты, интегрируясь, создают новое информационное целое.

Далее в тексте идет более подробное описание преступлений группировки и отчет генерала британских войск Дэвида Хука о сложностях амнистии и процесса интеграции бывших боевиков:

*The process of "reintegration" — persuading those allied to the Taliban to hand in their weapons and come over to the government side — is led by a British general, David Hook.*

*He said that to encourage the switch, fighters are given a general amnesty, but not for serious crimes: "If you have committed crimes against humanity, or crimes like torture, then you will be held accountable by the legal system of Afghanistan" [Loyn 2012].*



Рис. 5. "If you have committed crimes against humanity, or crimes like torture, then you will be held accountable". Gen David Hook

Фотография генерала и цитата из статьи накладываются на содержание текстового отрывка, усиливая таким образом воздействие на читателя. Кроме того, фотография официального лица и цитирование его высказывания создает впечатление объективности и справедливости информации, изложенной автором.

Далее автор говорит о том, что существует группа людей, которые не совершали серьезных преступлений и действительно попали к талибам не по убеждениям, а в силу обстоятельств. Им тоже сложно вернуться к мирной жизни, но стимул может быть серьезным:

*One tribal leader near Herat has left the Taliban for an unusual reason. The girl he wanted to marry gave him a simple message: "Choose me or the Taliban." Basir Ahmed is not a typical Taliban fighter, being easily persuaded to pick up his harmonium, and sing a love song.*



Рис. 6. Parveen persuaded her husband Basir Ahmad to leave the Taliban

Фотография афганца с будущей женой, которая поставила его перед серьезным выбором ("Choose me or the Taliban", рис. 6), дублирует видео, размещенное в начале статьи, и усиливает тем самым степень воздействия на читателя: автор как будто настаивает на своей точке зрения. Кроме того, само содержание изображения и на фотографии, и в видеоформате подводит к мысли, что ситуация действительно очень серьезна, если даже восточная женщина выдвигает ультиматум будущему супругу.

Традиционная рубрика «More on This Story», следующая за статьей, сигнализирует читателю о том, что существуют и другие статьи с тематической доминантой «Taliban Conflict»:

- Afghan peace hopes
- Security after NATO
- NATO's exit strategy [Loyn 2012].

Таким образом, анализ статьи показывает, что компоненты поликодового текста являются своеобразными каналами, посредством которых информация, заложенная в линейном (аналоге бумажного) тексте, может быть развернута за пределы интернет-страницы и даже интернет-издания. Эти элементы выполняют характерные для них функции: аттрактивную, информативную, экспрессивную и эстетическую. Кроме того, вербальные и невербальные компоненты поликодового текста тесно связаны друг с другом, причем как на содержательном, так и на композиционном уровнях. Коррелируя друг с другом, они усиливают воздействие на адресата и в своей совокупности создают объемное информационное поле, к которому читатель имеет доступ в условиях глобальной Сети. Вместе с тем данное информационное поле не является объективно-безликим, оно субъективизировано, причем субъективизация подкреплена трансмедийно, т. е. ее заряд многократно усиливается, что вызывает эффект детонации [Иванова 2011].

Еще одним красноречивым примером маршрутизации читательского восприятия в соответствии с замыслом создателя онлайн-издания является статья «Gun control: President Obama's biggest loss» [Thrush, Epstein 2013]. Тема статьи — итоги голосования в сенате конгресса США. Сенат отклонил поддерживаемый президентом страны Бараком Обамой законопроект, направленный на ужесточение контроля за оборотом оружия. Глава государства и политики из числа его сторонников считают итоги голосования позором для Вашингтона и намерены продолжать борьбу. Тем не менее журналисты — авторы статьи называют это событие крупнейшим политическим поражением Обамы, о чем прямо заявляют в заголовке: *President Obama's biggest loss*. Через всю статью проводится идея антагонизма: существуют две партии, две позиции, президент выступает против конституции (в его собственной трактовке ситуация выглядит иначе: сенат выступает против народа).

Авторы задают вопросы: «Насколько искренни участники противостояния? Чьи интересы лоббируются, и не являются ли семьи погибших в Коннектикуте разменной монетой в противостоянии сторон?» — и вовлекают читателя в дискуссию. Фотография президента, размещенная сразу под заголовком (рис. 7), — это изображение человека, который, потерпев неудачу, не собирает-

ся сдаваться, так как считает свою позицию единственно правильной. Представляя собой невербальный компонент текста, изображение интегрируется в него, добавляя экспрессивности словам авторов. Журналисты акцентируют внимание читателя на двух нетипичных для президента США моментах. Во-первых, он нарушил свое негласное «правило Обамы» (*his own informal "Obama Rule"*) — не братья за дело, не будучи уверенным в его успешном завершении. Во-вторых, президент никогда раньше не проигрывал, предварительно вложив столько усилий в то или иное дело (*put the moral force and political muscle of his presidency behind an issue quite this big — and lost quite this badly*).



Рис. 7

Далее идет видеоблок, состоящий из двух роликов. В первом из них вниманию читателя представлено специальное заявление президента США, сделанное после голосования в сенате. Стоя у Белого дома в окружении семей, чьи дети оказались жертвами стрельки в школе Ньютауна, президент заявляет, что отказ сената принять поправки об ужесточении контроля за оборотом оружия противоречит воле избирателей. Ситуация с продажей оружия, утверждает Обама, должна быть и будет изменена, эскалацию агрессии в стране необходимо остановить — во имя погибших детей и во имя предотвращения будущих жертв. Слова и образ президента, как представляется с первого взгляда, противоречат словам авторов статьи об ослаблении его позиций как политического лидера. Барак Обама сосредоточен, его фразы лаконичны, тон уверенный. Однако слишком затянутые паузы между предложениями могут свидетельствовать о том, что президент, больше привыкший побеждать, эмоционально потрясен и ему требуется более обычного времени для того, чтобы найти правильные слова и убедительно сформулировать фразу.

Во втором ролике представлен короткий отрывок дискуссии за круглым столом студии «Politico». Аналитики считают, что противостояние партий в вопросе контроля над продажей оружия — это уже давно продол-

жающаяся история, и нужны серьезные усилия не только со стороны президента, но и со стороны всего правительства, чтобы этот вопрос был окончательно решен. Однако, по мнению участников обсуждения, президенту следует принимать во внимание, что перед сенатом стоят проблемы не менее важные — обсуждение поправок к закону об иммиграции и об однополых браках.

Вербальными и невербальными средствами авторы статьи подводят читателя к следующему выводу: не является ли поражение выдвинутого президентом законопроекта в сенате признаком «кризиса второго президентского рока» (*second-term downer*), свойственного многим предшественникам Барака Обамы?

Группа ссылок, которые следуют непосредственно за видео, отправляет читателя к статьям, объединенным тематикой политической борьбы и нарастающей волны насилия в стране:

Latest on POLITICO

- Jon Stewart slams CNN
- Right blogs on guns: “We win”
- Pols line TIME’s 100 list
- Pols tweet prayers after Texas blast
- Phillies pitcher: Obama out for guns
- Manchin: Don’t give up on gun plan [Thrush, Epstein 2013].

Статьи отражают разнообразные точки зрения на обсуждаемый вопрос и являются, таким образом, своеобразным информативным каналом для проникновения читателя в «гипермедиапространство». Расширяя содержание статьи посредством ссылок, авторы дают возможность получить более объемную информацию по данной проблематике. Так, бейсболист, принимавший участие в Бостонском марафоне (статья «Phillies pitcher: Obama out for guns»), заявляет журналисту, что не понимает, как в такое опасное время можно лишить граждан возможности свободно купить оружие, чтобы защитить себя. Блогер-консерватор («Right blogs on guns: “We win”») рад победе и говорит, что его партия боролась за соблюдение принципа — конституционного права граждан на ношение оружия (вторая поправка). Статья «Pols line TIME’s 100 list» позволяет читателю узнать больше о принимающих участие в обсуждении проекта политиках, многие из которых входят в сотню самых влиятельных политических деятелей США. И только статья «Manchin: Don’t give up on gun plan» звучит в унисон с выступлением президента. Далее авторы материала несколько раз прерывают повествование и предлагают читателю обратиться к статьям аналогичной тематики («Gun bill hits brick

wall in Senate»; «Senate gun control roll call vote: Senators who bucked their party»; «Obama laments “shameful day”» и др.). Каждая из статей дает возможность читателю «углубиться» в информационный поток, например ознакомиться подробнее со списком демократов, проголосовавших против поправок, а также персоналий, имеющих особое отношение к данному вопросу.

Таким образом, очевидно, что первая часть статьи является наиболее информативной в вербальном и невербальном отношении. Представляется, что цель авторов заключается в воздействии на вектор читательского внимания: реципиенту позволяют погрузиться в проблему, причем, как показывает даже поверхностный анализ, погрузиться в «нужном» направлении. Несмотря на то что весь текст далее выстроен на высказываниях тех, кто надеется на дальнейшую победу законопроекта союзников Барака Обамы, образ президента-воина, рассерженного, решительно настроенного на продолжение борьбы, тем не менее становится менее четким (после прочтения статей, предложенных авторами в ссылках). Насколько искренним является возмущение лидера, и не использует ли он скорбящие семьи в своих политических целях, пытаясь оправдать неудачу в продвижении популистского, с точки зрения противников, закона? В то же время авторы не упоминают о роли одной из самых влиятельных групп — Национальной стрелковой ассоциации (NRA). Эта организация занимается защитой прав владельцев оружия в США и активно лоббирует в сенате конгресса США свою позицию по оружейной проблеме. А можно ли доверять защиту конституции политикам, которые, возможно, заинтересованы в росте продажи оружия?

Таким образом, авторы, безусловно, предоставляют возможность читателю погрузиться в информационный поток, но «путешествие» по ссылкам представляется ограниченным авторским навигатором, удерживающим читателя в русле, которое, умышленно или нет, но очерчено автором.

Казалось бы, имеет место определенное противоречие: кажущаяся полифония голосов, доставляющих информацию и передающих «множественность равноправных сознаний с их мирами», при этом сохраняющая «свою неслиянность, в единство некоторого события» [Бахтин 1972: 6], должна бы приводить к созданию некоей объективной картины, когда читатель действительно сам делает вывод по результатам прочитанного. Однако на самом деле вместо полифонии с ее «многомирностью» (М. М. Бахтин) и



многоголосием создается новый виртуальный мир, который реализует совершенно другой принцип. Этот мир трансмедийной журналистики характеризуется совершенно определенной идеологической направленностью — той, которая избирается и тонко проводится создателями интернет-медиа-изданий. Более того, за счет ре-медиаии, т. е. перехода от одних медиа к другим, эффект воздействия усиливается (реализуется принцип детонации), поскольку наряду с информативной функцией в медиа заложены возможности передачи экспрессивности, эстетического потенциала и аттрактивности. Таким образом, даже в случае «рваного чтения», если читатель не захочет читать всю статью, что совершенно естественно, а пожелает познакомиться с нею выборочно, он все равно испытает на себе субъективное воздействие, на передачу которого и направлены размещенные казалось бы для создания полноты картины разнообразные полимедийные материалы.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

[1]. Способы корреляции между вербальным и невербальным компонентами Е. Е. Чернявская определяет как отношения дополнительности и интегративности. Отношения дополнительности возникают между вербальной и визуальной составляющей, когда изображение «служит своего рода двойным кодированием для усиления информационного веса», а интегративные отношения характеризуют ситуацию, когда невозможно отделить вербальную и иконическую составляющую друг от друга без ущерба для понимания содержания текста [Чернявская 2009: 92—93].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Анисимова Е. Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : учеб. пособие для студ. ф-тов иностр. яз. вузов. — М. : Академия, 2003.
2. *Артамонова Ю. Д., Кузнецов В. Г.* Герменевтический аспект языка СМИ // Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов. — М., 2008. URL: <http://evartist.narod.ru/text12/04.htm> (дата обращения: 07.04.2013).
3. *Бахтин М. М.* Проблемы поэтики Достоевского. — М. : Художественная литература, 1972. URL:

<http://www.biblioclub.ru/book/36049/> (дата обращения: 27.04.2013).

4. *Березин В. М.* Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. — М., 2003. URL: <http://evartist.narod.ru/text7/62.htm> (дата обращения: 05.04.2013).

5. *Большакова Л. С.* О содержании понятия «поликодовый текст» // Вестн. НовГУ. 2008. № 49. С. 48—51.

6. *Валгина Н. С.* Теория текста : учеб. пособие. — М. : Логос, 2003.

7. *Барт Р.* Основы семиологии // Структурализм: «за» и «против» : сб. статей / под ред. Е. Я. Басина и М. Я. Полякова. — М. : Прогресс, 1975. URL: [http://tlf.narod.ru/school/structuralism\\_pro\\_et\\_contrf.htm](http://tlf.narod.ru/school/structuralism_pro_et_contrf.htm) (дата обращения: 02.04.2013).

8. *Иванова С. В.* Политический дискурс и культурное кодирование: детонирование культурных кодов (на материале политического дискурса США) // Политическая лингвистика. 2011. Вып. 2 (36). С. 24—30.

9. *Рязанцева Т. И.* Гипертекст и электронная коммуникация. — М. : Изд-во ЛКИ, 2010.

10. *Чернявская В. Е.* Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. — М. : Либроком, 2009.

11. *Щурина Ю. В.* Комические креолизованные тексты в интернет-коммуникации // Вестн. НовГУ. 2010. № 57. С. 82—86.

12. *Chaplin E.* Sociology and Visual Representation. — L. : Routledge, 1994.

#### ИСТОЧНИКИ

13. *Loyn David.* Taliban fighters changing sides in Herat // BBC News : сайт. 2012. 31 Aug. URL: <http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-19153734> (дата обращения: 08.07.2013).

14. *Lukyanov Fyodor.* The many faces of Vladimir Putin. 2012. 5 Nov. URL: <http://www.telegraph.co.uk/sponsored/russianow/opinion/9655556/vladimir-putin-political-brand.html> (дата обращения: 15. 11. 2012).

15. *Syria conflict: Fighting rages at Syria air* // BBC News : сайт. 2012. 1 Sept. URL: <http://www.bbc.co.uk/news/world-middle-east-19448107> (дата обращения: 12.04.2013).

16. *Thrush Glenn, Epstein Reid J.* Gun control: President Obama's biggest loss // Politico : сайт. 2013. 17 Apr. URL: <http://www.politico.com/story/2013/04/gun-control-vote-obamas-biggest-loss-90244.html> (дата обращения: 18.04.2013).

*Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова*