

также опыт Великобритании по внедрению сетевых технологий Интернета с целью повышения эффективности социальных коммуникаций органов государственного управления и возможности внедрения этого опыта для формирования социальных коммуникаций местных органов власти в Украине.

**Ключевые слова:** социальные коммуникации, электронное управление, местные органы власти, технологии Интернета.

It is presented European principles of democratic governance, their implementation into the practice of public administration in Ukraine, as well as British experience in implementing of web-technologies and the Internet to improve government social communication and opportunities for implementation of this experience to create social communications of local authorities in Ukraine.

**Key words:** social communication, e-government, local authorities, Internet technologies.

УДК 007:304:001

**Масімова Л.Г.,**

*доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю*

*Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка,*

*кандидат наук із соціальних комунікацій*

## ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ ВІЗУАЛЬНОГО ТЕСТУ МАС-МЕДІА

У статті досліджено специфіку категорії інтертекстуальності візуальних текстів мас-медіа; проаналізовано інтермедіальність як принцип побудови журналістського тексту; розглянуто механізми міжтекстових зв'язків візуальних повідомлень мас-медіа.

**Ключові слова:** візуальний медіа-текст, інтермедіальність, інтертекстуальність, прецедентність, прецедентний текст.

Візуальне сприйняття є чуттєвим відповідником інтелектуального пізнання. Зображення в процесі розгортання повідомлення, як і вербальний текст, використовує інші тексти. Візуальні тексти взаємодіють з іншими текстами, що дозволяє говорити про таку категорію перших, як інтертекстуальність. Специфіка інтертекстуальності візуального тексту мас-медіа залишається недослідженою.

Слід зазначити, що сьогодні рівень складності візуального повідомлення вимагає інтерпретаційної співпраці читача. Тому **метою статті** є дослідити інтертекстуальність візуального тексту мас-медіа.

Поставлена мета дослідження передбачає такі **завдання**:

— з'ясувати специфіку категорії інтертекстуальності візуальних текстів мас-медіа;

— виявити механізм міжтекстових зв'язків візуальних повідомлень ЗМІ.

Проблема інтертекстуальності перебуває в центрі уваги сучасної наукової думки. Її ретельно розробляють філософські та філологічні дисципліни. У межах цих напрямів створені наукові школи.

Так, дослідник П.В. Іванишин здійснив спробу систематизувати підходи до вивчення інтертекстуальності. Науковець проаналізував методологічні аспекти теорії інтертекстуальності. У ході дослідження він вирізняє постструктуральну теорію, яку характеризує як малопродуктивну у сфері тлумачення художньої дійсності, та літературознавчу, яку визнає інтерпретаційно продуктивною. Така оцінка типу теорії інтертекстуальності обмежується суто текстами художньої літератури, для яких основною функцією є комунікативно-естетична [1].

Останніми роками категорія «інтертекстуальність» зацікавила дослідників медіа-текстів. Теоретичною базою для їх дослідження стала саме постструктуральна теорія [2; 3; 5; 6]. На наш погляд, це пояснюється тим, що дослідників у сфері соціальних комунікацій цікавить, насамперед, комунікативна характеристика тексту та його ідеологічний підтекст.

Слід розрізнити поняття «прецедентність» та «прецедентний текст». Прецедентний текст — це базове поняття для будь-якого прояву інтертекстуальності. Він перебуває у центрі гри, завдяки якій утворюється новий сенс. Пошук прецедентного тексту нарощує семантичну глибину медіа-тексту.

Дослідниця Н.О. Сунько визначає прецедентний текст як такий, що: 1) є добре відомим представникові певної національно-культурної спільноти; 2) є багаторазово відтвореним у мові й досить часто в стислій формі; 3) зміст якого не відповідає сумі значень складових його слів; 4) є самодостатнім для розуміння, тобто здатний існувати без контексту [6, 209].

Доцільною для сфери масової комунікації є пропозиція розмежувати поняття інтертекстуальності та прецедентності. «Інтертекстуальність пов'язана з естетичною цінністю, культурною значимістю, позачасовими рамками (інтертекстуальні знаки — феномени культури, які визначають зв'язок кризь віки, через покоління), прецедентність — з тим, що відбувається зараз і актуально сьогодні, але зовсім не обов'язково буде важливим завтра. Інтертекстуальні знаки перевірені часом і традицією: вони існують протягом життя декількох поколінь людей у формі певного культурного коду, існування прецедентних феноменів обмежено часом їхньої рецепції і реінтерпретації. Саме для прецедентних феноменів важлива “технічна” підтримка, насамперед, засобами масової комунікації, що забезпечує їхню тотальну рецепцію максимально широким колом адресатів. Таким чином, інтертекстуальність — це трансльований код культури як системи традиційних для людства цінностей матеріального і духовного характеру, прецедентність — явище життя, що може стати або не стати константою культури» [6, 210]. Прецедентність є різновидом інтертекстуальності. Отже, є не конкретним, дійсно існуючим текстом, а його категорією, яка характеризує властивості тексту.

Інтермедіальність розглядається як напрям інтертекстуального аналізу в літературознавчих дослідженнях [4]. У цьому разі інтертекстуальність розуміється як більш широке поняття, ніж інтермедіальність. Неоднозначність тлумачення останньої зумовлює необхідність її конкретизації в зіставленні з такими поняттями, як інтертекстуальність та прецедентність.

Попри певну розробленість теми інтертекстуальності у сфері соціальних комунікацій, очевидно, що візуальний текст мас-медіа залишився поза увагою науковців.

На обкладинці журналу «Український тиждень» (№ 1–2 (321–322) від 10–16 січня 2014 р.) зображено молоду жінку в українській вишиванці, яка тримає в руках прапор Євросоюзу [7]. Поряд з нею на барикадах молоді люди з символікою України та плакатом «Україна — це Європа». Такі деталі, як каски, дерев'яні щити є прецедентними, вони одразу передають атмосферу київського Майдану. Та сам сюжет зображення, пози героїв, дивний головний убір жінки відсилає до картини французького художника Ежена Делакруа «Свобода, що веде народ». Картина присвячена революції

1830 р., яка скинула уряд короля Карла X. Зображення барикади підсилює слоган «Східна барикада Європи». Завдяки інтертекстуальним зв'язкам українські події розуміються як органічна частина європейської історії.

Сучасний візуальний текст мас-медіа є симбіозом вербальних і візуальних сенсів. Журнал «Український тиждень» (№ 27 (244) від 5 липня 2012 р.) у рубриці VIP-хроніки запропонував матеріал «Операція “БІ”: як влада протиснула мовний закон» [8]. Головна мета повідомлення: засудити не тільки сам законопроект авторства депутатів Колесніченка та Ківалова, але і те, яким чином він був ухвалений, транслюється через алюзію у назві матеріалу. Основний зміст підсилює зображення, яке відсилає до прецедентного тексту радянських комедійних фільмів режисера Леоніда Гайдая «Операція “БІ” та інші пригоди Шурика» й «Кавказька полонянка, або Нові пригоди Шурика». У цих фільмах діє трійця комічних антигероїв-шахраїв — Боягуз, Бовдур і Бувалий. Роль Боягуза отримав Володимир Литвин з реплікою: «Я не трус, но я боюсь». Цей мотив підкріплює зміст коментаря: «3 липня всі до єдиного депутати з групи Литвина, в кількості 19 голів, підтримали сумнозвісний мовний закон (щоправда, кілька з них згодом заявили, мовляв, “нас там не стояло”). Винятком став лише сам далекоглядний Литвин. Він напрочуд вчасно потрапив на нараду “з гуманітарних питань” за участю президента» [8]. У ролі Бовдура втілений один із авторів закону — Колесніченко, який бурмоче: «Бамбарбиа кергуду». Михайло Чечетов зображений у ролі Бувалого з реплікою: «Разведем, как котят». За сюжетом карикатури трійця шахраїв сидить на лаві й уважно вислуховує настанови Віктора Януковича. Очевидно, зображено момент планування операції. Отже, вербальний і візуальний тексти становлять неподільну єдність, де алюзія має оціночний характер і водночас передає глибинний зміст події, що відбулася.

Проте існують і складніші випадки візуального повідомлення, коли вербальні та зображальні складники відсилають до різних прецедентних текстів. Так, обкладинка журналу «Український тиждень» (№ 7 (327) від 14–20 лютого 2014 р.) повідомляє про тему номера слоганом «Партія — наш гилевой» [9]. Дійсно, номер присвячений аналізу діяльності «Партії регіонів». Це — алюзія на відому пісню, що прославляє Комуністичну партію Радянського

Союзу (муз. Вано Мураделі, сл. Сергія Михалкова) і є символом радянської пропаганди, яка є натяком на те, що «Партія регіонів» належить до старого авторитарного типу. Гра з шрифтом, специфічне написання слова «**ру**левой» дозволяє дійти висновку про керованість цієї партії російською владою. Зображення відсилає до фільму «Титанік»: на трубах величезного пароплава, який тоне, зображено логотип «Партії регіонів». Інтертекстуальність зображення та вербального складника гармонійно співіснують і поглиблюють сенс обкладинки.

Слід зазначити, що накладання інтертекстуальності візуального та вербального текстів не завжди буває вдалою. Так, у статті «Митний союз Лебедя, Рака і Щуки», вміщеній у «Українському тижні» (№ 34 (302) від 22 серпня 2013 р.), йдеться про неефективність і штучність Митного союзу Росії, Білорусі та Казахстану [10]. Алюзія у назві на байку Івана Крилова дає уявлення про різновекторний рух, який унеможливує взаємодію. Однак ілюстрація до статті, створена на основі картини російського художника Іллі Рєпіна «Бурлаки на Волзі», зображує рух односпрямований і злагоджений. Протиріччя в семантиці назви і зображення не допомагає цілісно сприймати повідомлення.

Отже, у практиці пресової журналістики ми маємо накладання різновидової (вербальних і візуальних текстів) інтертекстуальності, яка вимагає від аудиторії більш широкої обізнаності зі семіотичним полем культури. Адже алюзія часто залучає тексти кіномистецтва, живопису, літератури тощо. «Уведення елементів інших видів мистецтва призводить до модифікації самого принципу взаємодії, що відбувається на рівні художніх кодів і призводить до появи нових смислів» [4, 49], — це правило, започатковане для художніх текстів, як бачимо, діє й для мас-медійних повідомлень.

**Висновок.** Специфіка категорії інтертекстуальності візуальних повідомлень мас-медіа полягає в синтетичній природі візуального тексту, який на етапі задуму, зародження і споживання є візуальним і вербальним цілим. Інтертекстуальність візуального повідомлення має такі різновиди як прецедентність та інтермедіальність.

Інтермедіальність — це поєднання в межах одного повідомлення різних семіотичних систем, що утворюють цілісний медіа-текст, який стає полем для народження нових сенсів. Інтермедіальність —

це властивість візуального медіа-тексту перекодовувати знаки однієї семіотичної системи в іншу.

Інтертекстуальність у мас-медійних текстах не зводиться до естетичної комунікації. Естетичний складник забезпечує привернення уваги до повідомлення, зацікавлює аудиторію. Прецедентність реалізується в актуальному контексті сучасного культурного, політичного, соціального життя.

Механізм породження сенсу мас-медійних повідомлень залучає як інтермедіальність, так і прецедентність. Гра інтермедіальності в межах конкретної соціокультурної ситуації, яка забезпечується мас-медійними повідомленнями, допомагає породжувати нові ідеологічні коди. Тобто, інтермедіальність в поєднанні з прецедентністю забезпечує той ідеологічний контекст, заради якого створювалося повідомлення.

Інтермедіальність як принцип побудови журналістського тексту вимагає широкої обізнаності аудиторії. Подальші перспективи дослідження цього феномену полягають у дослідженні аудиторії візуального тексту. Основне питання полягає в тому, чи можливе розуміння ідеї візуального тексту, коли не прочитується алюзія на прецедентний текст.

### **Джерела**

1. Іванишин П. Теорія інтертекстуальності: спроба розрізнення [Електронний ресурс] / П. Іванишин // Філологічні семінари. — 2013. — Вип. 16. — С. 53–59. — Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Fils\\_2013\\_16\\_9.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Fils_2013_16_9.pdf)
2. Ільченко О.А. Інтертекстуальність і прецедентність в україномовних ЗМІ початку ХХІ ст. (на матеріалі метафоричних словосполучень) [Електронний ресурс] / О.А. Ільченко // Лінгвістичні дослідження . — 2013. — Вип. 35. — С. 155–160. — Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znpkhnru\\_lingv\\_2013\\_35\\_28.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znpkhnru_lingv_2013_35_28.pdf)
3. Карпиленко В.А. Можливості висвітлення прихованого змісту в новинній журналістиці через метафори та інтертекст [Електронний ресурс] / В.А. Карпиленко // Інформаційне суспільство . — 2013. — Вип. 18. — С. 139–141. — Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/is\\_2013\\_18\\_32.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/is_2013_18_32.pdf)
4. Просалова В. Інтермедіальність як явище мистецтва і метод аналізу. — [Електронний ресурс] / В. Просалова // Філологічні семінари. — 2013. — Вип. 16. — С. 46–53. — Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Fils\\_2013\\_16\\_8.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Fils_2013_16_8.pdf)

5. Сунько Н. О. Интертекст як маркер культурного коду в англomовному газетному заголовку [Електронний ресурс] / Н.О. Сунько // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. — 2011. — Вип. 19. — С. 149–155. — (Сер. «Філологічна»). — Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nznuoaf\\_2011\\_19\\_25.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nznuoaf_2011_19_25.pdf)
6. Сунько Н.О. Интертекстуальність та прецедентність як репрезентанти публіцистичного дискурсу (на матеріалі заголовків англomовних статей) / Н.О. Сунько // Вісник Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. — Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2011. — Вип. 58. — С. 208–212.
7. Український тиждень. — 2014 — № 1–2.
8. Український тиждень. — 2012 — № 27.
9. Український тиждень. — 2014 — № 7.
10. Український тиждень. — 2013 — № 34.

В статье исследуется специфика категории интертекстуальности визуальных текстов масс-медиа; проанализирована интермедиальность как принцип построения журналистского текста; рассматриваются механизмы межтекстовых связей визуальных сообщений масс-медиа.

**Ключевые слова:** визуальный медиатекст, интермедиальность, интертекстуальность, прецедентность, прецедентный текст.

The article examines specifics of the category of intertextuality of visual texts in mass media; analyzes **intermediality as a principle of a journalistic text creation**; examines mechanisms of intertextual links of visual messages in mass media.

**Key words:** visual media text, intermediality, intertextuality, precedence, precedent text.