Елена Гавриловна ДЕМЧЕНКО

СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПОЛИКОДОВОМ ТЕКСТЕ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ МАССМЕДИА

Исследуются средства речевого воздействия поликодовом тексте современного отечественного научно-популярного массмедиа. Анализ сюжетов блогера Яна Топлеса позволил выявить основные суггестивные инструменты вербальной и аудиовизуальной семиотических систем: стилистически маркированная лексика, рефреймирование, монтаж, музыка и др.

Ключевые слова*: поликодовый текст, суггестия, медиаобраз, научно-популярная журналистика.*

Elena G. DEMCHENKO

MEANS OF SPEECH INFLUENCE IN POLYCODE TEXT OF POPULAR SCIENCE MEDIA

The means of speech influence in polycode text of modern domestic popular science mass media are investigated. Analysis of blogger Jan Topless's stories made it possible to identify the main suggestive tools of verbal and audiovisual semiotic systems: stylistically marked vocabulary, reframing, editing, music, etc.

Key words*: polycode text, suggestion, media image, popular science journalism*

Эпоха активной медиатизации коснулась всех сфер общественной жизни и социальных институтов, в том числе и науки. Цифровые технологии привели к трансформации текстов научно-популярных массмедиа, которые теперь представляют поликодовую систему, включающую такие элементы: инфографика, фотографии, рисунки, видео, тесты, карточки. Кроме этого, современные технологии периодически порождают новые сложные синтетические журналистские жанры.

В связи с этим современный потребитель получил возможность моделировать картину мира с помощью дополнительных коммуникативных компонентов [Выровцева 2017; Сулейманова 2013]. Этот процесс в современных СМИ исследователи характеризуют прежде всего как «визуальный поворот» [Визуальный поворот 2017].

Новый тип текста принято определять как поликодовый или креолизованный, сегодня он представляет научный интерес для филологов. Несмотря на то, что он может быть основан на сочетании

разных семиотических систем, в современном научном дискурсе принято рассматривать поликодовый текст в первую очередь как визуально-вербальный.

О сильном психологическом воздействии иконических элементов на адресата говорят многие исследователи [Колодий 2011; Симакова 2021]. Визуальные элементы помогают сформировать необходимое актору высказывания мнение, что поддерживается паралингвистическими средствами, которые способны перевести восприятие на подсознательный уровень. Анализ медиапрактики позволил показать, что на формирование той или иной точки зрения реципиента влияют реалистичность, понятность, живописность и яркая цветовая гамма изображения, реже – черно-белая палитра, грубые и тупые геометрические формы [Вашунина 2016].

По мнению ученых, пользователи склонны чаще останавливать взгляд на интраперсональных изображениях и в меньшей степени – на метаперсональных [Злоказова, Булатова, Ломтатидзе 2016: Кожемякин 2023]. Иными словами, человеку намного важнее познать себя как личность, а не как часть какой-либо группы.

Поликодовый текст предполагает объединение вербальной составляющей не только с иллюстративными материалами, но и с видеоконтентом. Суггестивный потенциал такого текста, ввиду многоканальности воздействия, трудно переоценить. Суггестивно воздействующими инструментами становятся в том числе и кинематографические: постановка кадра, ракурс, план, цветокоррекция, разные виды иконических метафор (локальная, концептуальная, примарная и проч.), организация художественного пространства, монтаж.

Именно монтаж играет особую роль, так как с его помощью автор может создать иную, «вторую» реальность, скорректировать смысл происходящего, сфальсифицировать действительность, или даже «вторгнуться» в ход событий и сформировать определенное восприятие зрителя [Чекмарев 2011]. Кроме того, в процессе креолизации традиционные лингвистические средства воздействия, на которых основаны печатные виды текстов, дополняются и усиливаются интонацией, тембром, тоном голоса.

В рассматриваемых текстах научно-популярной журналистики в качестве акторов коммуникации в настоящее время выступают не только профессионалы со специальным образованием, но и непрофессионалы, в том числе представители «гражданской» науки,

блогеры, вовлеченные в диалог интернет-пользователи. Некоторые исследователи указывают на то, что этот тип акторов наряду с профильными специалистами способны представлять новое научное знание, превращая факты в интересные медиаобразы [Чернобров 2012].

Таким образом, исследование поликодового текста с точки зрения его суггестивного потенциала представляется актуальным и перспективным. В качестве эмпирической базы исследования были выбраны публикации блогера-миллионника Яна Топлеса, одного из самых популярных и успешных научно-популярных блогеров в русскоязычном сегменте YouTube. В описании канала автор говорит, что объясняет сложные вещи простым языком, не имея не только профильного, но и вообще высшего образования. При этом сюжеты Яна Топлеса стабильно набирают минимум 4–5 млн просмотров, что позволяет сделать вывод об оптимальном выборе эффективных средств воздействия на целевую аудиторию. Для комплексного медиалингвистического и дискурсивного анализа с использованием метода контент-анализа были отобраны четыре ролика, освещающие медицинские темы, общим хронометражем 98 минут.

Доминирующим композиционным принципом в блоге Яна Топлеса является вопросно-ответная форма: *что вообще мы знаем о...? А что еще в нас несовершенного?* Такой способ представления научного знания можно назвать традиционным и характерным для научно-популярного медиадискурса, так как он обеспечивает вовлечение в диалог – дискуссию, полемику – массового адресата.

При этом вербальная составляющая представлена неуместными в данном типе коммуникации, однако способствующими интимизации общения жаргонизмами, разговорной и даже обсценной лексикой. Автор активно включает в свою речь неологизмы: они одновременно характеризуют блогера как представителя эпохи миллениалов и упрощают для целевой аудитории понимание сложных биологических процессов: *они [вирусы] очень не любят, когда их* ***деанонят***; *иммунитет* ***фигачит*** *по суставам*; *это как тянуть провод от бензоколонки до своей* ***тачки***; ***прокачивайте*** *мозги; детей заставляют* ***тусоваться*** *с больным ребенком.* На суггестивный потенциал такой стилистический маркированной лексики указывает, например, С. Ю. Полуйкова [Полуйкова 2012].

Также в речи Яна Топлеса очень востребованы усилительные частицы «да» и «нет», которые за счет экспрессивности делают его аргументы и выводы более убедительными и снижают возможность

возражения со стороны адресата. Контент-анализ показал, что за четыре видео он произнес их 66 раз.

Другими востребованными средствами суггестивного воздействия на реципиента оказались стратегии рефреймировния и повышения (понижения) уровня сложности [Полуйкова 2012], когда первоначальный, как правило намеренно преувеличенный тезис неожиданно трансформируется в финальной части видео. Блогер использовал этот прием в трех из четырех видео. Так, в выпуске «Беды с башкой» Ян Топлес сначала утверждает, что мозг – «выносливый» внутренний орган и способен справиться даже с самыми катастрофическими травмами, но в выводе представлено прямо противоположное положение: мозг очень хрупок и нуждается в бережном отношении на протяжении всей жизни.

Не менее актуальным, как показал анализ, в сюжетах Топлеса является гиперболизация как средство убеждения, а иногда и запугивания. Рассуждая об антибиотиках, блогер пророчит человечеству ту же судьбу, что в кинофильме «Обитель зла». Для наглядности и усиления эмоционального воздействия, формирования чувства страха он использует концептуальную метафору и визуальный контраст: изображения мирно регистрирующихся в аэропорту граждан сменяются кадрами разрушений и безлюдных улиц. Основной суггестивный эффект смещается на визуальный компонент, а напряженный пафос культивируется как аудиальными средствами, – звучит тревожная музыка, адресат слышит звуки скрипки и органа – так и акцентуацией с помощью логического ударения и изменения тона: *мы самые успешные приматы – **пока что**; наша эпоха – эпоха благополучия, лишь **краткое** перемирие с микромиром внутри нас*. Чувство беспокойства у адресата формирует также ритмический монтаж, который нацелен на то, чтобы как можно быстрее переключить внимание адресата на новую тему или новый аспект, то есть не оставить времени на обработку информации и сопротивление воздействию.

При этом Ян Топлес, имитируя тревожность разными средствами, создает эффект контраста за счет скорее монотонной, чем разнообразной интонации. Независимо от того, является ли реплика эмоциональной или оценочной, Топлес произносит практически каждую фразу на одной частоте и тоном одной глубины голоса – мягким и снисходительным. Это позволяет выстроить коммуникацию по принципу преподаватель – ученик, создать и поддерживать образ профессионала, чье мнение воспринимается как авторитетное.

Для того, чтобы реципиент как можно чаще проецировал обсуждаемые процессы и явления на самого себя, применяются интраперсональные изображения: человек ходит, бегает, чихает, сгибает конечности, мы видим, как расширяются или нет сосуды.

Привлечение и удержание внимания массового зрителя обеспечивают визуальные компоненты: яркие насыщенные цвета и неоновая подсветка, компенсирующие малое количество смысла в представляемой информации.

Представляется значимым обнаружение в ролике Топлеса «ломающих четвертую стену» театральных элементов: видео в ролике «Беды с башкой» начинается со сцены, где ведущий ест мозг лежащего перед ним мужчины и комментирует вкус. Мизансцена указывает на то, что герой находится в кафе или ресторане, рассуждает вслух, как будто не замечая зрителя. Но, усиливая воздействие на адресата, через несколько реплик Ян Топлес поворачивается к камере и задает вопросы уже непосредственно смотрящему, словно бы он помнил о нем всегда. Как итог, это становится не просто нетривиальной «затравкой» к ролику, но и самой настоящей нарративной интригой.

Таким образом, анализ позволяет сделать вывод о том, что создаваемые Топлесом медиаобразы характеризуются отказом от стереотипов и крайней степенью экспрессивности, что благодаря их суггестивному потенциалу усиливает иллюзию достоверности транслируемой информации. Суггестивные средства в сюжетах блогера отличаются разнообразием и системностью, так как применяются на всех уровнях поликодового текста, что позволяет более эффективно воздействовать на потребителя. Понимание запросов целевой аудитории обусловливает популярность блога Яна Топлеса, который использует самые оптимальные и актуальные инструменты воздействия: лаконичность, стилистически маркированную лексику, эффект обманутого ожидания, однозначные и исключающие дискуссию выводы, суггестивный потенциал аудиальных и визуальных компонентов.

Список литературы:

Вашунина И.В. Особенности восприятия креолизованных текстов // Вопросы психолингвистики. – 2016. – № 30. – С. 39–53.

Выровцева Е.В. Креолизация публицистического текста как способ выражения позиции автора // Вестник ЧелГУ. – 2017. – №12. – С. 46–55.

Злоказов К.В., Ломтатидзе О.В., Булатова Э.В. Зрительные характеристики восприятия креолизованных текстов деструктивной направленности // Известия Уральского федерального университета. – 2016. – №1. – С. 92–101.

Кожемякин Е.А. Текстовое оформление научного знания в материально-технологической среде медиа // Предъявление научного знания в диалоге медиа: контексты, технологии и языковые техники: Коллективная монография / под науч. ред. Л.Р. Дускаевой; отв. ред. Е.В. Выровцева. — СПб.: Медиапапир, 2023. – С. 153–165.

Колодий В.В. Визуальность как феномен и ее влияние на социальное познание и социальные практики : автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Томск, 2011. – 27 с.

Полуйкова С. Ю. Средства суггестивного речевого воздействия в современном просветительском послании // Вестник Пермского университета. – 2012. – № 3. – С. 45–50.

Симакова С. И. (ред.) Визуальный поворот в массовых коммуникациях: Коллективная монография. – Челябинск: Изд-во Челябинского университета, 2017. – 112 с.

Симакова С. И. Инфографика в журналистике: медиаэстетический код: диссерт. ... докт. филол. наук. – Челябинск, 2021. – 456 с.

Сулейманова С. Р. Тенденция визуализации информации в дизайне печатных медиа Узбекистана // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – №22. – С. 183–188.

Чекмарев Д.А. Монтажная выразительность в современных информационных программах // Вестник УРАО. – 2011. – №3. – С. 146–148.

Чернобров В.А. Научная и «наивная» картины мира: культурологический, лексический и текстологический аспекты // Сибирский педагогический журнал. – 2012. – С. 230–236.

ДЕМЧЕНКО Елена Гавриловна – бакалавр кафедры цифровых медиакоммуникаций Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург), *demalo2@inbox.ru*

Научный руководитель – *Выровцева Екатерина Владимировна*, к.филол.н., доцент, доцент кафедры медиалингвистики Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург).