Леонтий Андреевич КОРОЛЕВ

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОДЫ В СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ: ОТ ИНТЕРПРЕТАЦИИ К ПРОЦЕДУРАМ РАЗЛИЧИМОСТИ

В статье рассматриваются особенности функционирования визуальных кодов в сетевой коммуникации. Показывается, что в условиях медиатизации, платформенной организации публичности и алгоритмически структурируемой видимости визуальный код уже не сводится к знаку, требующему интерпретации, а выступает как элемент процедурно организованного взаимодействия. Визуальная форма в цифровой среде не только означает, но и обеспечивает различимость, узнаваемость, повторяемость и коммуникативную действенность сообщения.

Ключевые слова: *визуальный код, сетевая коммуникация, медиатизация, сетевая публичность, медиасреда, интерфейс, медиатекст.*

Leonty KOROLEV

VISUAL CODES IN NETWORK COMMUNICATION: FROM INTERPRETATION TO PROCEDURES OF DISTINGUISHABILITY

The article examines the functioning of visual codes in network communication. It argues that under the conditions of mediatization, platform-organized publicity, and algorithmically structured visibility, a visual code can no longer be reduced to a sign that merely requires interpretation. In digital media it functions as an element of procedurally organized interaction. Visual forms do not simply mean; they also ensure distinguishability, recognizability, repeatability, and communicative effectiveness.

Key words: *visual code, network communication, mediatization, network publicity, media environment, interface, media text.*

В современной сетевой коммуникации визуальное уже трудно рассматривать только как приложение к слову или как его наглядный эквивалент. Оно всё чаще функционирует как самостоятельный носитель коммуникативного действия, как элемент интерфейсной организации среды, как способ ускорения реакции, стабилизации узнаваемости и распределения внимания. Поэтому вопрос о визуальных кодах сегодня недостаточно ставить только в пределах интерпретации, то есть в пределах значения, символики или культурной расшифровки образа. В цифровой медиасреде визуальный код работает не только как знак, но и как процедура различимости: как то, что обеспечивает видимость, узнавание, повторение и включённость в циркуляцию.

Такой поворот не отменяет семиотический подход, но обнаруживает его пределы. Классические исследования визуальной коммуникации, в частности работы Г. Кресса и Т. Ван Левена, убедительно описывают изображение как организованную систему визуальной грамматики, в которой композиция, перспектива, векторность и расположение элементов участвуют в производстве смысла [Kress, van Leeuwen 2006]. Однако сетевые медиа вводят в эту ситуацию дополнительный слой: визуальное здесь существует не само по себе, а в составе интерфейса, платформы, алгоритмически организованной ленты, репостных и реактивных практик. Иными словами, изображение в цифровой среде является не только объектом прочтения, но и частью медиальной архитектуры [Manovich 2001].

Собственно, именно здесь и возникает необходимость различать два исследовательских режима. В первом режиме визуальный код понимается как единица значения: исследователь стремится установить, что именно выражает образ, какой культурный или идеологический смысл он несёт, к какой системе символических соответствий относится. Такой режим остаётся необходимым, особенно там, где речь идёт о политической символике, рекламном образе, визуальной метафоре или устойчивом культурном клише. Но во втором режиме визуальный код рассматривается уже не только как носитель значения, а как элемент среды, который должен быть показан, замечен, опознан, воспроизведён, встроен в действие и поддержан интерфейсом. Здесь важен не только вопрос “что это значит?”, но и вопросы “где это расположено?”, “какое действие с этим связано?”, “каким образом это становится повторяемым?”, “почему именно эта форма удерживается в потоке, а не распадается?”.

Такой переход соответствует более широкому сдвигу в медиатеории, где медиа понимаются уже не просто как каналы передачи, а как среды, изменяющие формы социального взаимодействия, типы высказывания и режимы присутствия [van Dijck 2013]. В исследованиях платформенной коммуникации показано, что платформа не только размещает контент, но и структурирует его видимость, иерархию и допустимость [Gillespie 2018], а алгоритмические механизмы социальных медиа выступают как повседневные режимы организации опыта, в которых значимость и заметность контента не являются нейтральными [Bucher 2018]. Всё это позволяет говорить о визуальном коде уже не просто как о носителе значения, а как об элементе медийной инфраструктуры.

Для понимания этой инфраструктурной стороны визуального особенно важен сам характер сетевой публичности. В цифровой среде публичность уже не сводится к факту открытого высказывания. Она включает в себя форсированную доступность контента, постоянную возможность его отслеживания, количественную фиксацию внимания, мгновенную реакцию аудитории и ускоренную циркуляцию. Отсюда возникает новая логика различимости: заметным оказывается не просто то, что обладает сильным содержанием, а то, что может удержаться в потоке, получить отклик, встроиться в повторяющуюся схему реакции, ремикса или алгоритмического подхвата. Визуальный код становится частью этой логики.

В отечественном исследовательском поле подобный сдвиг также имеет свои основания. В медиалингвистике, как показывает Т. Г. Добросклонская, медиатекст выступает базовой категорией анализа современной массовой коммуникации, а язык СМИ должен рассматриваться в связи с коммуникативной средой, технологиями передачи и социальной функцией [Добросклонская 2008]. Е. Л. Вартанова подчёркивает, что цифровая медиасреда перестраивает режимы медиапотребления и коммуникации, формируя новые механизмы вовлечённости и организации публичного пространства [Вартанова 2021]. Работы А. В. Полонского, посвящённые языку медиа, медиаидентичности и сетевой публичности, важны здесь тем, что в них медиасреда понимается как сила, изменяющая параметры текста, речевого поведения и культурного самопредъявления [Полонский, Глушкова, Ряполова 2021; Полонский 2022; Полонский 2023]. В этой перспективе вопрос о визуальном коде также неизбежно становится вопросом о способах его появления, удержания и циркуляции в среде.

Под процедурами различимости в данной статье понимаются такие условия и операции, благодаря которым визуальный код становится видимым, узнаваемым, повторяемым и коммуникативно действенным в сетевой среде. Речь идёт не о замене семиотики технологическим описанием, а о более точной фиксации современной медиальной ситуации. Визуальный код различим не только потому, что он несёт значение, но и потому, что расположен в определённой интерфейсной зоне, связан с конкретным действием, встроен в набор платформенных возможностей и способен включаться в повторяющиеся пользовательские практики.

С этой точки зрения визуальный код в сетевой коммуникации можно описать по меньшей мере в нескольких основных режимах.

Во-первых, он функционирует как *знак состояния*. Значки уведомлений, индикаторы активности, отметки прочтения, пиктограммы перехода, иконки статуса существуют не сами по себе, а как элементы интерфейсного сценария. Их смысл неотделим от расположения, от возможности нажатия, от логики последовательного действия. Такой код не только сообщает о состоянии системы, но и вводит пользователя в конкретный режим участия. Он показывает не только «что есть», но и «что можно сделать дальше». В этом отношении визуальное выступает уже не как предмет интерпретации, а как команда, приглашение, предупреждение, переход.

Во-вторых, визуальный код может функционировать как *жест реакции*. Эмодзи, стикеры, GIF-реакции, короткие визуальные ответы в мессенджерах и комментариях являются не просто изображениями, а сжатыми коммуникативными действиями. Они позволяют реагировать быстрее слова, иногда точнее слова, а иногда и вовсе замещают реплику. Их сила заключается не в сложности внутренней семантики, а в операциональной готовности: такой код должен быть мгновенно распознан, легко извлечён из интерфейса, уместен в повторяющемся коммуникативном обмене. В условиях медиасреды, где, как показывает Полонский, формируются устойчивые поведенческие и коммуникативные модели, мотивируемые повседневным присутствием медиа, визуальный код становится не вторичной оболочкой общения, а встроенной операциональной единицей [Полонский 2022].

В-третьих, визуальный код действует как *шаблон воспроизводимости*. Наиболее наглядно это проявляется в мемной коммуникации. Л. Шифман показывает, что цифровой мем нельзя сводить к единичному изображению или единичному сообщению; он существует как совокупность взаимосвязанных единиц, циркулирующих, повторяющихся, варьирующихся и узнаваемых внутри культурного поля [Shifman 2014]. Здесь особенно ясно, что различимость обеспечивается не содержанием как таковым, а шаблоном воспроизводимости. Мем сохраняет себя как «тот же», даже если меняются подпись, персонажи, ракурс или локальный контекст. Его устойчивость держится на процедуре повторения, на возможности ремикса, на платформенно поддерживаемой циркуляции. В таком случае визуальный код существует уже не как статическая форма, а как ритм узнавания.

В-четвёртых, визуальный код может выступать как *интерфейсный слой*. Речь идёт о тех визуальных образованиях, которые не совпадают

ни с «самим контентом», ни с «чистым значком действия», а накладываются поверх медиального материала и меняют способ его восприятия. Это могут быть субтитры, фильтры, маркеры реакции, визуальные оверлеи, рамки, шаблонные подложки, монтажные вставки, декоративные или полуфункциональные слои. Их работа особенно показательна: они не просто что-то означают, а перенастраивают сам способ видения основного сообщения. В таких случаях визуальный код является уже не только знаком или действием, но и способом организации поверхностного режима восприятия.

Именно здесь особенно заметно, что различимость в сетевой коммуникации складывается на пересечении нескольких факторов. Во-первых, код должен быть технически доступен и интерфейсно выделен. Во-вторых, он должен быть встроен в повторяемый пользовательский жест. В-третьих, он должен быть культурно узнаваем. В-четвёртых, он должен выдерживать платформенную циркуляцию, то есть не исчезать при переносе, репосте, ремиксе или сжатии. И, наконец, он должен быть поддержан режимами сетевой публичности, в которых внимание фиксируется, распределяется и воспроизводится. Значение здесь оказывается лишь одной из составляющих более сложной системы.

По этой причине анализ визуальных кодов в сетевой коммуникации требует расширения исследовательской оптики. Интерпретационный подход остаётся необходимым, но уже недостаточным. Он позволяет описать, что именно означает образ, но не всегда способен объяснить, почему один визуальный элемент становится массово узнаваемым, другой растворяется в потоке, третий закрепляется как реакция, четвёртый приобретает статус меметического шаблона, а пятый оказывается связанным с самой архитектурой платформы. Для ответа на эти вопросы необходимо учитывать не только содержание кода, но и его интерфейсную позицию, техническую поддерживаемость, повторяемость, видимость в ленте, связь с пользовательскими действиями и его включённость в режимы публичного отслеживания [van Dijck 2013; Gillespie 2018; Bucher 2018].

С методологической точки зрения это означает, что визуальный код в сети следует изучать сразу в нескольких взаимосвязанных регистрах. Нужен анализ его семантики, но также нужен анализ его интерфейсной локализации, коммуникативной функции, воспроизводимости и статуса в платформенном потоке. Только в таком сочетании становится возможным увидеть, что современное визуальное в цифровой среде является не пассивным объектом прочтения, а

активным узлом медиальной организации общения.

Таким образом, визуальные коды в сетевой коммуникации следует рассматривать не только как знаки, требующие интерпретации, но и как процедуры различимости, обеспечивающие коммуникативную узнаваемость и действенность визуальной формы в медиасреде. Такой подход позволяет точнее описывать цифровую коммуникацию, где значение уже неотделимо от интерфейса, а образ неотделим от способа своего появления, повторения и циркуляции. В этом смысле переход от интерпретации к процедурам различимости не отменяет классические подходы, а повышает разрешение анализа, позволяя увидеть в визуальном не только культурную символику, но и действующую медиальную форму.

Список литературы:

Bucher T. If...Then: Algorithmic Power and Politics. Oxford: Oxford University Press, 2018.

Gillespie T. Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media. New Haven; London: Yale University Press, 2018.

Kress G., van Leeuwen T. Reading Images: The Grammar of Visual Design. 2nd ed. London; New York: Routledge, 2006.

Manovich L. The Language of New Media. Cambridge, MA: MIT Press, 2001.

Shifman L. Memes in Digital Culture. Cambridge, MA: MIT Press, 2014.

van Dijck J. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford: Oxford University Press, 2013.

Вартанова Е. Л. Медиа и конфликты: исследование взаимовлияния в актуальном академическом дискурсе // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 4. С. 3–12.

Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта: Наука, 2008. 264 с.

Полонский А. В. Медиаидентичность и ее манифестации в современной культуре // Современный дискурс-анализ. 2022. Вып. 2 (30). С. 4–11.

Полонский А. В. Научный текст в условиях сетевой публичности // Предъявление научного знания в диалоге медиа: контексты, технологии и языковые техники: коллективная монография. СПб.: Медиапапир, 2023. С. 155–167.

Полонский А. В., Глушкова В. Г., Ряполова М. А. Язык наших медиа // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2021. № 2 (41). С. 123–130.

КОРОЛЕВ Леонтий Андреевич – аспирант кафедры

журналистики, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород).

Научный руководитель – Полонский Андрей Васильевич, д.филол.н., профессор, профессор кафедры журналистики НИУ «БелГУ».