

social, historical and geographical variations. It is noted that the above-mentioned aspects of further exploration on the use of materials of the Ukrainian language corpora in the creation of educational materials for the course of Ukrainian as a foreign language, are nowadays an actual task in the field of linguistic research.

Key words: Ukrainian as a foreign language, corpus linguistics, teaching materials, methodology of language teaching, text.

УДК 811.111'42:070

Лариса Макарук

КОРЕЛЯЦІЯ ВЕРБАЛЬНИХ ТА НЕВЕРБАЛЬНИХ КОМПОНЕНТІВ У КОРПУСІ АНГЛОМОВНИХ МАС-МЕДІЙНИХ МУЛЬТИМОДАЛЬНИХ ТЕКСТІВ

У статті розглянуто взаємозв'язок та взаємозалежність вербальних та невербальних компонентів, які є невід'ємними складниками англомовних мас-медійних мультимодальних текстів. Аналізовані вербально-візуальні графічні моделі поділено на шість типів: вербально-іконічні, вербально-ілюстративні, вербально-фотографічні, вербально-піктографічні, вербально-символічні, вербально-картографічні. Виявлено та докладно обґрунтовано ступінь кореляції їх вербальної та візуальної частин. Виокремлено кілька найбільш типових способів сполучуваності вербальних та невербальних засобів. З'ясовано, що невербальні компоненти відіграють важливу роль у продукуванні мультимодальних текстів; від них залежить їх загальний контент та комунікативно-прагматична спрямованість. На основі об'ємного корпусу фактичного матеріалу здійснено типологію мультимодальних текстів й запропоновано їх номінації (мультимодальні тексти з провідною, другорядною, дублюючою (ідентичною), протирічною, інтенсифікуючою, ідентифікуючою та додатковою роллю зображення). Встановлено, що найбільш поширеними комбінаціями є симбіоз вербальних та невербальних засобів, які доповнюють зміст одні одних та сприяють кращому розкриттю авторських інтенцій. Не виключеними є випадки, коли ілюстративний компонент суперечить вербальному тексту та видається взагалі недоречним у статті. Звернуто увагу на те, що майже до складу усіх текстів входить принаймні одне зображення. У вербально-символічних моделях зображення виконує роль ідентифікатора компанії, установи, організації, які власне покликане представляти.

Доведено, що в англомовному мас-медійному просторі зображення відіграють різні ролі. Вони не тільки займають значну частину шпальти видання, а здебільшого несуть значне смислове навантаження.

Ключові слова: мультимодальні тексти, зображення, кореляція, вербальні складники, невербальні засоби.

Постановка наукової проблеми та її значення. Зібраний фактичний матеріал дає усі підстави стверджувати, що переважна більшість англомовних мас-медійних текстів складається з кількох різних модусів. З огляду на це у корпусі фактичного матеріалу вважаємо доцільним виокремити кілька моделей, до складу яких входять не лише вербальні, а й невербальні компоненти. Принагідно зауважимо, що у попередніх розвідках, здійснених нами, усі тексти було поділено на два типи: мультимодальні й мономодальні. Одні й інші диференційовано залежно від компонентів, які є їх інтегральними частинами. У цій роботі докладно проаналізуємо один із типів мультимодальних графічно-візуальних моделей – вербально-візуальний.

Аналіз досліджень цієї проблеми. У лінгвістичних студіях проблемі взаємозв'язку та взаємозалежності вербальних та невербальних компонентів у мас-медійному комунікативному просторі присвячено недостатньо уваги. У той час як вербальні засоби неодноразово ставали об'єктом полівекторного аналізу, невербальні залишалися осторонь. Як наслідок, останні викликають закономірний дослідницький інтерес, що й зумовлює **актуальність** обраної теми.

Мета роботи полягає в аналізі симбіотичних мас-медійних текстових конструкцій та зумовлює розв'язання таких завдань:

- здійснити вибірку мас-медійних текстів для аналізу;
- поділити тексти на різні підгрупи залежно від типу компонентів, які входять до їх структури;
- висвітлити їх диференційні ознаки на основі проведеного аналізу.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Вербально-візуальні графічні моделі поділяємо на шість типів: *вербально-іконічні*, *вербально-ілюстративні*, *вербально-фотографічні*, *вербально-піктографічні*, *вербально-символічні*, *вербально-картографічні*. Окрім вербальних складників невід'ємними їх компонентами є різнотипні зображення. Проілюструємо різні типи сполучуваності кількох модусів, ідентифіковані в англійських мас-медійних текстах. Так, до складу *вербально-іконічних* відносимо малюнки, що відображають реалістичних істот, реальні факти, природні явища, довколишню дійсність але не є фотографіями, а їх відбитками (фактичними копіями), які цілком достеменно змальовують буття у соціумі) (рис. 1–7); *вербально-ілюстративних* – натюрморти / пейзажі / картини / карикатури / рисунки, які умовно зображають уявні або фантастичні процеси, людей, їх прототипи, вигадані події / комікси / смайли (схематично репрезентують) (рис. 8–14); *вербально-фотографічних* – фотосвітлини (рис. 15); *вербально-піктографічних* – семіотичні ресурси у вигляді піктограм (рис. 16–17); *вербально-символічних* – логотипи та емблеми (рис. 18–22); *вербально-картографічних* – карти (рис. 23–24). Крім цього, для перерахованих вище типів характерне додаткове використання паравербальних ефектів (сегментація, графічні ефекти, колір, шрифтові варіації, які переважно знаходять своє віддзеркалення на фоні вербальних одиниць).

Аналіз мультимодальних текстів продукує питання: яким чином вербальні та ілюстративні компоненти корелюють між собою та яка їхня роль в англійському мас-медійному комунікативному просторі. На рис. 1 зображення є частиною листа-відповіді “*Humanity’s extinction*” професора Масачусетського університету технологій Макса Тегмарка та виконавчого директора Центру навчання виживання в умовах потенційного ризику, що діє при Кембриджському університеті Сіна О'хайгеартайга. У тексті ми не виявили посилання на зображення або будь-якої інформації-пояснення, де було б висвітлено, що саме хоче сказати автор, використовуючи цей компонент, і чому він представлений у загальній фактурі тексту.

Однак причину такого обраного ілюстративного елемента знаходимо у припущенні продуцентів, що у майбутньому люди можуть жити на двох планетах: “*Spreading humanity over two planets may be a step in the right direction, though not necessarily the most cost-effective option, and no panacea*” [2, p. 16]. Тому припускаємо, що представлене зображення є відображенням однієї із планет. Оскільки на цій ілюстрації нема нереалістичних об'єктів та предметів, то такий мультимодальний текст зараховуємо до групи вербально-іконічних. Беручи це до уваги, вважаємо за доцільне стверджувати, що це зображення не впливає на його зміст, а лише частково унаочнює одне із ключових тверджень тексту. Враховуючи викладені міркування, такий тип доречно віднести до мультимодальних текстів, у яких *вербальний компонент не залежить від ілюстративного* або навпаки.

Мультимодальний текст на рис. 2 також містить графічний візуалізований супровід у формі квадрата, який представляє собою прапор Колумбії, на якому зображено білого птаха з медаллю-нагородою в клітці. Як і в попередньому випадку, підпису до зображення немає, як і посилання на нього у самому тексті. Причини використання такого графічного складника можна знайти у вербальній частині тексту, у якому йдеться про те, що Президент Колумбії Хуан Мануель Сантос отримав Нобелівську премію миру. Як відомо, збройний конфлікт у країні триває уже понад п'ятдесят років. Хуан Мануель Сантос близько п'яти років намагався знайти компроміс та порозуміння з приводу ситуації, що склалася з повстанським угрупованням “Революційні збройні сили Колумбії” (FARC). У вересні 2016 року була підписана одна із версій угоди про завершення конфліктної ситуації. Незважаючи на це, 2 жовтня на референдумі колумбійці не підтримали зусилля Хуана Мануеля Сантоса, а кілька днів по тому він отримав Нобелівську премію миру.

Текстова ілюстрація стисло передає вербальний виклад, натякаючи на те, що не все так просто, як здається на перший погляд. Певні угоди є, отримані відзнаки за намагання покращити ситуацію, але труднощі залишаються. Клітка свідчить, що проблема й досі не вирішена, оскільки в колумбійському суспільстві є значні розбіжності щодо припинення конфлікту. Спроб ключової особи країни недостатньо, населення не дозволяє обрати йому той вектор, якого він прагне. Це знову ж таки підтверджує клітка, у якій знаходиться птах з нагородою, що метафорично

символізує президента, дії якого обмежені внаслідок об'єкта, у який його поміщено. У такій вербально-іконічній моделі тексту вербальний складник незалежний від невербального. Існуючи ж самостійно, другий може мати кілька трактувань. Не виключена й опція, що обидва складники можуть існувати самостійно. Хибним також є твердження, що без візуального компонента зображення текст незрозумілий. Однак цілковиту сутність зображення можна зрозуміти завдяки тексту. На підставі цього робимо висновок, що візуальний компонент залежний від вербального та виконує функцію часткового дубліката семантики вербального складника і є лаконічним унаочненням змісту усього тексту.



Рисунок 1 [2, р. 16]



Рисунок 2 [2, р. 44]

Рис. 3 і 4 входять до статті “*Perfidious America*” на історичну тематику, яка, окрім вербальної частини, загалом містить ще чотири ілюстративних компоненти. Поза сумнівом, що ця журнальна стаття могла б також бути представлена і без цих зображень. Проте в аналізованому випадку вважаємо їх важливими композиційними елементами мультимодального тексту, оскільки вони мимоволі (хоча й частково) дають змогу читачеві побувати у минулому, «занурюють» його у 1700-ті роки, наочно демонструючи історичні постаті, протистояння військ, їх амуніцію, обмундирування, готовність до протистояння і засоби пересування (коні та карету). Такі візуальні компоненти вважаємо інтегральними складниками тексту, які сприяють кращому розкриттю його змісту. Як результат, вербальна частина доповнена невербальними одиницями й навпаки. Проте жодного покликання на ілюстрації в тексті нема.



Рисунок 3 [1, р. 48]



Рисунок 4 [1, р. 50]

Рис. 5 супроводжує статтю “*Empire of the pig*”. На відміну від попередніх прикладів, проаналізованих вище, цей містить короткий супровід – одне речення (*As demand for pork rises, China's porcine empire is sure to expand*), яке є продубльованою цитатою з тексту. Зображення ілюструє процес догляду та годування свиней. У статті докладно описано проблеми, які виникають під час вирощування цих домашніх тварин та їхню важливість для китайського суспільства. Посилання на зображення в представленому тексті також не виявлено. Як

результат, можемо стверджувати, що зображення виконує функцію часткового унаочнення інформації, представленої вербальним складником.

Рис. 6 супроводжує одну із статей журналу “*The Economist*”, присвячену Чарльзу Єркесу, американцю за походженням та фінансисту за освітою, який вирішив кардинально трансформувати Лондон, але, за словами автора статті, сьогодні він залишається невідомим серед британців. Проект розпочався у 1900 році. Будучи впевненим в успішності власних ідей, Чарльз Єркес, вирішив розбудувати систему метро та, у такий спосіб, розселити людей, що проживають у густо-населених районах Лондона. Зображення, що супроводжує текст, наочно демонструє бачення Чарльза Єркеса, передаючи атмосферу, яка панує у дещо віддалених локаціях, до яких та від яких легко дістатися завдяки метрополітену. Зображення демонструє усі вигоди (принади) проживання британських сімей на належно облаштованих територіях. Така ідея отримала схвалення у тодішніх жителів, тому вони швидко розселилися територією, користуючись запропонованими перевагами.

Оскільки стаття містить історичні витоки та проектні ідеї, зображення, яке її супроводжує, додатково розкриває сутність, наочно показує ідеї, які виникли у Чарльза Єркеса у той час. Таку ілюстрацію можна вважати певним ескізом, який мимоволі переносить читача у понад сторічну реальність. Мова йде про рівноправну (цілковиту взаємозалежність вербального модусу від невербального) роль зображення та тексту, без якого останній окремо навряд чи зміг би передати усю ту сутність, яку мав намір донести до читача автор. У випадку відсутності репрезентованого ілюстративного компонента читачу довелося б здогадуватися, що саме малося на увазі, яким поставав Лондон та його околиці в уяві його трансформатора завдяки лініям метрополітену та розбудові прилеглих територій міста.

На рис. 7 у рекламному блоці зображення виконує підсилюючу роль та дублює сказане у вербальній частині. Лампочці-ілюстрації відповідають такі слова та словосполучення: *enlightening, insight, illumination, bring brighter ideas and more powerful initiatives, rejuvenate your thinking*, спрямовані на покращення знань, досвіду, сукупність яких сприятиме тому, що фахівців освітять “нове світло” і вони удосконалять свої навички. Отже, лампочка, функція якої освітлювати приміщення і територію, уподібнена людині, зокрема її ментальним здібностям.

Завдяки участі у тритижневому тренінгу учасників, як заявляють організатори, осяють нові ідеї. Якраз це осяяння й уподібнено лампочці, яка частково замаркована темнішими тонами. Це теж свідчить про те, що запропоноване навчання сприятиме освітленню і генеруванню нових ідей, індивідуальному “перезарядженню”. Мовлячи про цей приклад, зауважимо, що семантика візуального компонента стає зрозумілою лише тоді, коли вдається осягнути зміст вербального складника. Адже тарактувати її без словесної частини можна по-різному. Однак у цьому конкретному випадку можна стверджувати, що кольорово забарвлена лампочка увиразнює зміст, дублюючи вербальні еквіваленти, і є джерелом підсилення змісту.



Рисунок 5 [1, p. 70]



Рисунок 6 [1, p. 74]

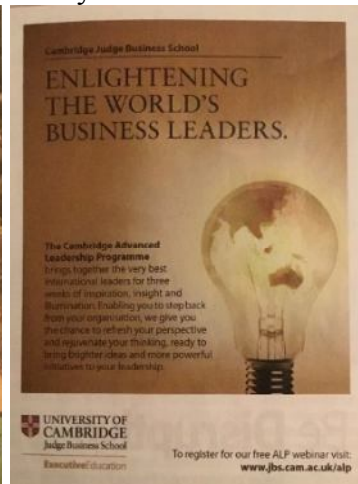


Рисунок 7 [1, p. 64]

У вербально-ілюстративних моделях мультимодальних текстів поруч із вербальним компонентом також використовують натюрморти / пейзажі / картини / карикатури / рисунки, які умовно зображують уявні або фантастичні процеси, людей, їх прототипи, вигадані події / комікси / смайли (схематично репрезентують певні процеси та явища) (рис. 8–14). Принагідно зауважимо, що у мас-медійному просторі трапляються випадки, коли в одному тексті наявні кілька різнотипних ілюстративних компонентів.

Розглянемо кілька моделей, що належать до означеного вище типу. Рубрика “*Europe*” вміщує кілька статей, до однієї із яких під назвою “*Belgian girls aren’t easy*” входить рис. 8. Поза сумнівом, ця карикатура є залежною від тексту, оскільки її семантика може трактуватися по-різному. Вербальний текст спростовує усі наявні припущення та несе додаткове смислове навантаження. З огляду на величезні потоки емігрантів у Бельгію влада прийняла рішення навчати їх культурі поведінки з особами жіночої статі. Аналізована ілюстрація доповнює вербальний текст, натякаючи на те, що, якщо емігранти не будуть належним чином дотримуватися етичних норм, їх змушуватимуть залишити країну. Отже, зображення у цьому випадку виконує роль семантичного інтенсифікатора, доповнюючи сутність статті.

Карикатура, що входить до іншого тексту “*The isle is full of noises*” є дублікатом вербального модусу та одночасно засобом акцентуації уваги й виділення ключової суті. У статті чітко прослідковується заклик звернути увагу на партнерів та їхні міркування щодо брекзиту. Оскільки у цьому питанні не вдається досягнути однакості, автори статті, цитуючи політиків та представників різних етнічних спільнот, фокусують увагу на тому, що необхідно зважати на думки інших, а саме тих, хто перебуває поруч і не хоче залишитися осторонь означеного питання. На відміну від переважної більшості інших ілюстративних компонентів, аналізований містить також додатковий вербальний підпис “*So long suckers*”.



Рисунок 8 [2, р. 24]



Рисунок 9 [2, р. 24]

Текст “*The business of outrage*” в рубриці “*Business*” складається з кількох модусів, один із яких представлено на рис. 10. Як бачимо, це трансформований револьвер, що нагадує гучномовець. Зліва від нього розміщені два плазуни з відкритими ротами, предмет, що нагадує кинджал позначки, що застерігають про напругу (яку трактуємо як небезпеку). Таку ілюстрацію можна вважати своєрідною мультимодальною гіперболою, адже у статті йдеться про осіб, які кардинально змінюють свої професії, у тому числі й про Дональда Трампа як претендента на крісло президента. Ілюстративний компонент значно перебільшує усі загрози та небезпеки, які можуть принести в суспільство люди, що не мають відповідних компетенцій в певних сферах. Умовний рупор, що є частиною зброї, екстраполює ризики на широкий загаль та показує, якими вони можуть бути (змії, що готові вкусити; струм, що здатен спричинити вибух; гострий предмет, схожий за формою на кинджал). У тексті не йдеться про жоден із них, як і нема посилання на саме зображення. Вважаємо, що його залучення не зовсім доречно, певною мірою це упереджене ставлення до певних осіб, достоєнну поведінку яких спрогнозувати вкрай

складно, усе ґрунтується на припущеннях. Тому зображення по відношенню до тексту є дещо суперечливим та в певній мірі не відповідає дійсності.

Умовне змалювання футбольного поля в рекламі спостерігаємо на рис. 11. Складно припустити, про що йтиметься, якщо не звернути увагу на текст, запропонований під ним *“Did you know that European forests, which provide wood for making paper and any other products, have grown by 44, 000km² over the past 10 years? That’s more than 1, 500 football pitches every day! Love magazines? You’ll love them even more knowing they’re made from natural, renewable and recyclable wood!”*. Створюючи своєрідний заклик-порівняння, автори певною мірою запевняють читачів, що матеріал, із якого виготовлені журнали, цілком і повністю природній та піддається переробці. Вони також фокусують увагу на тому, що кількість лісових угідь за останні 10 років значно збільшилася і це складно порівняти з кількістю футбольних полів. Роль зображення певною мірою є суперечливою та залежною від вербального контенту, який власне і дає змогу достоменно зрозуміти зміст.



Рисунок 10 [1, р. 62]



Рисунок 11 [1, р. 43]

Зображення на рис. 12 є частиною статті під назвою *“Two cheers for hypocrisy”*. Воно навряд чи буде зрозумілим, якщо читач не ознайомиться з її вербальною частиною. У тексті сфокусовано увагу на прагненнях Президента Туреччини дійти згоди з європейськими політиками щодо вступу країни в ЄС. Як відомо, існує низка перепон стосовно вступу Туреччини до ЄС. Думки дипломатів мають певні розбіжності з приводу можливості / неможливості країни стати повноправним членом ЄС якомога швидше. Зображення, що є складником аналізованого тексту (рис. 12), чітко демонструє цей болючий для турків процес. У той час, як вербальна частина висвітлює проблему на момент викладу, ілюстративна показує її наочно, але не лише в темпоральному сенсі, а й у глобальному.

Зображення свідчить, що країні пропонують руку допомоги. Дещо саркастичне змалювання ситуації проливає світло на загальні тенденції та бачення стану справ у цьому питанні. Це підтверджує й запонка на руці зліва, що містить зображення прапора ЄС, від якої й сподіваються отримати допомогу. Натомість запонка на манжеті руки справа із зображенням турецького прапора сигналізує про готовність прийняти допомогу. Однак усе не так просто, як здається. Адже штучна рука, що вкраплюється між двома живими, і є тим символом, що свідчить лише про видимість надання допомоги, чи насправді її так надають, як би цього хотілося турецькому очільнику. Штучна рука вказує на труднощі, які переживає турецький світ, прагнучи інтегруватися в європейську спільноту.

У цьому випадку ілюстративний компонент виконує провідну роль і має глибшу семантику, ніж здається на перший погляд. Відтак зображення дає змогу краще збагнути сутність проблеми, доповнюючи зміст вербального відповідника та наочно демонструючи як усе виглядає насправді.

Рис. 13 аналогічно до інших, охарактеризованих вище, є складником одного з масмедійних текстів *“Sniffing at a new solution”*, поданого у рубриці *“Science and Technology”*. Очевидним є те, що ми віднесли цей текст саме до вербально-ілюстративних моделей, оскільки

це зображення не є реалістичним, а уявним, до певної міри фантастичним, віддзеркалюючи бачення автора статті. Адже, як відомо, мозок, про який неодноразово йде мова в тексті, має цілком інший вигляд.

Мовлячи про дію нових антидепресантів, продуценти на прикладі зображального компонента у дещо стислому вигляді відображають їх ефекти. Оскільки їх дія на людський організм сьогодні залишається недостатньо вивченою, автор докладно описує переваги та недоліки цих препаратів, наголошуючи, що нове покоління ліків може змінити способи лікування депресії, зробивши людей щасливішими. Дослідники також і досі не можуть дати вичерпну відповідь на те, що відбувається з людиною, якщо та перебуває у депресивному стані. Як наслідок, одне із авторських міркувань змальовано графічно на рисунку-карикатурі (рис. 13). Тому в цьому випадку вважаємо, що воно є частковим дублікатором змісту аналізованого тексту.

На рис. 14 умовно зображено ілюстративний компонент рекламного тексту. “*In a changing world, diversified specialists make a team stronger*” – зазначають рекламодавці. Точною копією цих слів вважаємо запропоноване зображення, яке демонструє чотирьох спортсменів (щоправда без рук) у відмінній спортивній формі із різним спорядженням. Одним із ключових акцентів у рекламі банку є різноманіття фахівців (*diversified specialists*) та, відповідно, послуг (про що йдеться у вербальній частині нижче (*BNP Paribas – a leader in global markets, securities services, financing, treasury and advisory solutions – is committed to serving multiple aspects of your business with relevant solutions, locally and globally.*)), які вони можуть надати, працюючи разом (*a team*). Отже, у цьому тексті ілюстративний компонент дублює вербальні складники та є засобом уяочення інформації.



Рисунок 12 [1, р. 26]



Рисунок 13 [1, р. 70]



Рисунок 14 [1, р. 15]

Щодо *вербально-фотографічних* моделей, то їх можна віднести до одних із найбільш поширених. Вони не тільки демонструють зовнішній вигляд тих, про кого йдеться у масмедійних текстах, але й показують їх емоційний стан як реакцію на певну подію чи ситуацію (рис. 15). У таких типах роль зображення неоднозначна, оскільки може бути і провідною, і другорядною, а також виступати дублікатором вербального викладу. Зауважимо, що міміка обличчя є складовою кінесики, яка сфокусована на аналізі емоційного та душевного стану мовця і може «розповісти» про нього чимало, у тому числі й того, що останній намагається приховати.

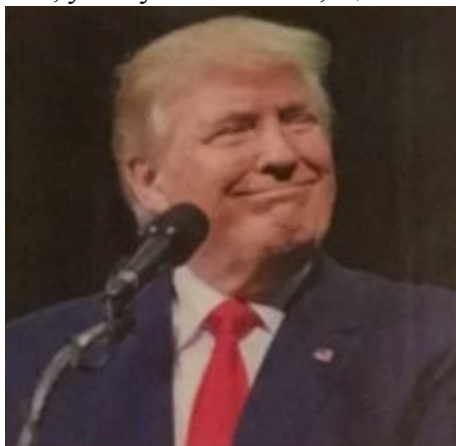


Рисунок 15 [1, р. 8]

Графічним складником *вербально-піктографічних* моделей є семіотичні ресурси у вигляді піктограм (рис. 16–17). Як відомо, останні – інтегральні модуси англомовного комунікативного простору. Вони покликані коротко та лаконічно передати авторські інтенції та повинні бути зрозумілі широкому загалу. Принагідно зауважимо, що існують усталені сети піктограм, які є характерними виключно для одного етносу. До таких належить графічний компонент тексту на рис. 17, що є позначкою британського метрополітену. Рис. 16 демонструє низку піктограм, які дублюють вербальні текстові еквіваленти та дуже стисло показують читачам набір найнеобхідніших речей, які слід мати з собою у випадку надзвичайних ситуацій. У цьому тексті ілюстративні компоненти є надзвичайно доречними, адже їм вдається передати максимум інформації у доступній лаконічній формі. Вважаємо, що обсяг вербального модусу можна було б зменшити, оскільки такі зображення є, поза сумнівом, семантично місткими і часто не потребують додаткових пояснень у цих випадках. У мас-медійному просторі ілюстративні компоненти такого типу можуть виконувати різні ролі, як і зображення у попередніх моделях.



Рисунок 16 [1, р. 44]



Рисунок 17 [1, р. 72]

Звернемо увагу також на вербально-символічні моделі (рис. 18–22). На відміну від інших типів, окреслених вище, мультимодальні тексти, до складу яких входять логотипи та емблеми, передовсім виконують роль ідентифікатора компанії чи установи. Цей модус є ключовим елементом значної кількості мультимодальних текстів. Проте, невиключеними є випадки, коли вони виконують другорядну роль. Для того, щоб ці символи та емблеми здобули статус легко впізнаваних, потрібен певний час. У випадку, якщо їх знаходять і швидко сприймають, це свідчить про важливість тієї чи іншої фірми, закладу та їх позицію на світовій арені.

Навряд чи потрібно комусь пояснювати роль та статус Кембриджського університету чи бізнес школи в Лондоні (CASS). Із цими функціями успішно справляється знак, який вважаємо ідентифікатором того, що він покликаний представити читачеві.

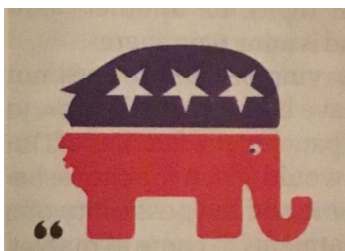


Рисунок 18 [2, р. 11]

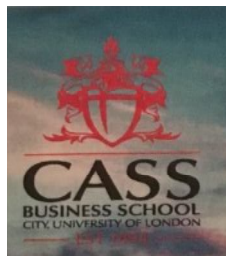


Рисунок 19 [2, р. 78]

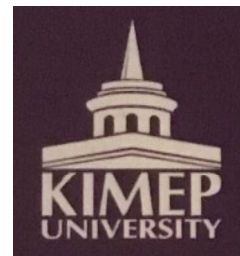


Рисунок 20 [2, р. 83]

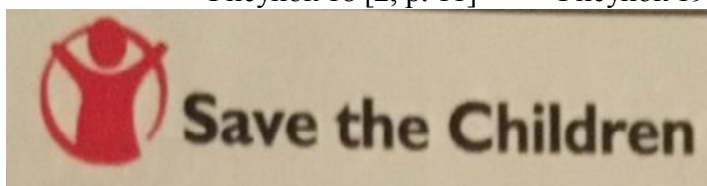


Рисунок 21 [2, р. 17]

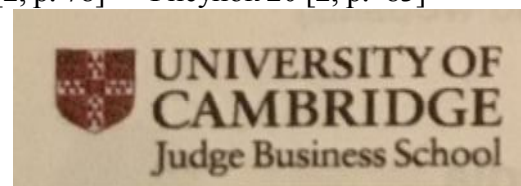


Рисунок 22 [2, р. 82]

Вербально-картографічні моделі містять карти (рис. 23–24). Їхня роль у мас-медійному просторі беззаперечна. У більшості випадків такий різновид ресурсів покликаний репрезентувати локацію, про яку йдеться в тексті. Як результат, можемо вести мову про допоміжну роль зображення, яке водночас дублює вербальний зміст. Однак, як відомо, карти читають і без вербального відповідника (йдеться про цілісний текстовий масив як окремих складник). Необхідно зазначити, що на сторінках періодичних видань трапляються й окремі карти (із нанесеними на них локаціями), їх теж можна прочитати.



Рисунок 23 [2, р. 12]



Рисунок 24 [2, р. 31]

Зауважимо, що фактично усім проаналізованим мультимодальним текстам часто притаманне й додаткове використання невербальних та паравербальних ресурсів (сегментація, спеціальні графічні ефекти, кольорові варіації, шрифтові варіації). Існують також й ілюстрації, які можна вважати комбінованими, оскільки до їх продукування, окрім перерахованих вище модусів, залучено кілька різних зображень (фотосвітлина, логотипи, інструкції тощо) (рис. 25). Фактично кожне із цих зображень виконує свою роль. Їх сукупність може як полегшити так і ускладнити сприйняття, хоча кожен компонент має своє призначення, здійснює певний вплив та має певне смислове навантаження.



Рисунок 25 [2, р. 17]

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, усі означені типи мультимодальних графічно-візуальних текстів (*вербально-іконічні, вербально-ілюстративні, вербально-фотографічні, вербально-піктографічні, вербально-символічні, вербально-картографічні*) мають у своєму складі ілюстративний компонент. Незалежно від стилістичної та жанрової різноманітності зображення в мультимодальних текстах є не лише компонентом, що заповнює шпальти англомовної періодики, а й здатне нести більш важливе навантаження, ніж вербальний компонент, може слугувати певним доповненням або дублікатом представленої інформації, бути ідентифікатором фірм, торгових марок, установ. Подекуди воно виконує другорядну роль, або не збігається з вербальними модусами у змістовому плані. Проведений аналіз свідчить, що вербальний складник є інтегральним компонентом майже усіх мас-медійних текстів та виконує різні функції щодо невербального складника.

Таким чином, на основі проведеного аналізу можемо стверджувати, що зображення може: залежати або не залежати від вербального складника; мати або не мати вербальний

підпис-пояснення; слугувати засобом привернення (акцентуації) або відвернення уваги; бути рівносильним або нерівносильним у семантичному плані щодо вербального складника; полегшувати (симпліфікувати) чи ускладнювати процес читання.

Крім цього, у мультимодальних мас-медійних текстах ілюстративний компонент може: виступати як інтегральним так і неінтегральним композиційним елементом, будучи при цьому головним або другорядним складником; виконувати роль часткового або повного дублікатора вербального еквівалента, цілком або до певної міри унаочнюючи словесний компонент; підсилювати зміст, будучи при цьому семантичним інтенсифікатором; слугувати засобом ідентифікації (зкладів, установ, брендів, торгових марок); виступати контрадиктором, суперечачи вербальному елементу; бути інкорпоратором (нести додатковий зміст, маючи при цьому глибшу семантику).

Перспективими вважаємо подальші розвідки, спрямовані на докладний аналіз інших груп мас-медійних текстових моделей, запропонованих нами у попередніх розвідках.

References

1. The Economist. 2014–2015. № 8918, Vol. 413. December-January, 20-2. 140 p.
2. The Economist. 2016. № 9011, Vol. 421. October, 15-21. 88 p.

Макарук Лариса. Корреляция вербальных и невербальных компонентов в корпусе англоязычных масс-медийных мультимодальных текстов. В статье рассмотрена взаимосвязь и взаимозависимость вербальных и невербальных компонентов, которые являются неотъемлемыми составляющими англоязычных масс-медийных мультимодальных текстов. Рассматриваемые вербально-визуальные графические модели разделены на шесть типов: вербально-иконические, вербально-иллюстративные, вербально-фотографические, вербально-пиктографические, вербально-символические, вербально-картографические. Выявлена и подробно обоснована степень корреляции вербальной и визуальной частей. Выделены несколько наиболее типичных способов сочетаемости вербальных и невербальных средств. Выяснено, что невербальные компоненты играют важную роль в создании мультимодальных текстов; от них зависит их общий контент и коммуникативно-прагматическая направленность. На основе объемного корпуса фактического материала предложено типологию мультимодальных текстов и их номинации (мультимодальные тексты с ведущей, второстепенной, дублирующей (идентичной), противоречивой, интенсифицирующей, идентифицирующей и дополнительной ролью изображения).

Установлено, что наиболее распространенными комбинациями являются симбиоз вербальных и невербальных средств, которые дополняют содержание друг друга и способствуют лучшему раскрытию авторских интенций. Не исключено случаи, когда иллюстративный компонент противоречит вербальному тексту и кажется вообще неуместным в статье. Обращено внимание на то, что почти всегда в состав всех текстов входит хотя бы одно изображение. В вербально-символических моделях изображения выполняет роль идентификатора компании, учреждения, организации, которые собственно призвано представлять. Доказано, что в англоязычном масс-медийном пространстве изображения играют разные роли. Они не только занимают значительную часть полосы издания, а в основном несут значительную смысловую нагрузку.

Ключевые слова: мультимодальные тексты, изображения, корреляция, вербальные составляющие, невербальные средства.

Makaruk Larysa. The Correlation of Verbal and Nonverbal Components as Observed in English Mass Media Multimodal Text Corpus. This article deals with the interconnection and interdependence of verbal and nonverbal components, which are integral components of many English-language mass media multimodal texts. The verbal-visual graphic models which were analysed have been divided into six types: verbal-iconic, verbal-illustrative, verbal-photographic, verbal-pictographic, verbal-symbolic, and verbal-cartographic. The degree of correlation between the verbal and visual elements has been determined and substantiated. Several of the most common ways of combining verbal and nonverbal means are identified. It is demonstrated that nonverbal components play an important role in the production of multimodal texts; their overall content and communicative-pragmatic orientation depends on them. On the basis of the entire body of the actual material, a typology of multimodal texts was created and a system of nomenclature was proposed (multimodal texts with a leading, secondary, duplicate (identical), contradictory, intensifying, identifying and additional role of the image).

It is established that the most common combinations are the symbiosis of verbal and nonverbal means, which supplement each other's content and contribute to a more satisfactory exposition of the author's intentions. The possibility cannot be excluded that there may be cases where the illustrative component contradicts the verbal text and can be inappropriate in the article. Attention is drawn to the fact that many of the articles include at least one image. It is demonstrated that in the English-language mass media, images fulfil different functions. With printed periodicals, for example, they not only form a significant part of the content which is presented – they carry a significant semantic load.

Key words: multimodal texts, images, correlation, verbal components, nonverbal means.