

УДК 81'33

РОЛЬ ВИЗУАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА В ПРАВОСЛАВНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Макарова А. С.

*Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет,
Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова, Москва, Россия
E-mail: aleste_63@mail.ru*

В статье анализируется роль визуального компонента в православном медиадискурсе, который рассматривается нами как совокупность текстов, представляющих взгляд на события через Евангелие и функционирующих в сфере массовой коммуникации. При исследовании православного медиаконтента нами определена задача православной журналистики, которая состоит в соединении диахронического аспекта с синхроническим, то есть современного с вечным. Дискурсивный анализ материала показал определяющую роль тематики публикаций при выборе визуальной составляющей обложек православного журнала «Фома», позволил определить корреляцию вербальной и визуальной частей медиатекста и доказать, что применение комплексных методов анализа медиаконтента помогает выявить глубинные процессы, происходящие внутри медиадискурса, а успешное декодирование и усвоение информации или идеи в медиатексте во многом зависит от умения автора включить в структуру медиапродукта соответствующий визуальный код.

Ключевые слова: православный медиадискурс, дискурсология, визуальный компонент, медиатекст, массмедиа, прагмалингвистика.

ВВЕДЕНИЕ

Современная дискурсология расширяет исследовательские границы, привлекая в сферу своих интересов новые научные векторы. Данный процесс объясняется как лингвистическими (активное распространение концепции дискурса и дискурсивного анализа), так и экстралингвистическими факторами. Появление медиалингвистики как новой отрасли языкознания, которая занимается изучением медиадискурса, его разновидностей и особенностей, жанровых систем и ценностей и т.д., объясняется быстрым развитием новых технологий в сфере массмедиа и вхождением Интернета в жизнь человека. И если, согласно комплексному подходу в определении дискурса под ним понимается сложный коммуникативный феномен, включающий все экстралингвистические факторы, которыми сопровождается общение (адресант и адресат, канал распространения и получения информации, лингвокультурологический и социальный фон и т.д.), то медиадискурс представляет собой «речедеятельность в сфере массмедиа, поскольку охватывает не только вербальное сообщение плюс медиаканал, но и все экстралингвистические факторы, связанные с особенностями создания медиасообщения, его получателя, обратной связи, культурообусловленных способов кодирования и декодирования, социально-исторического и политико-идеологического контекста» [3, с. 182].

Возможность писать о религии и православной Церкви дала толчок для появления такого направления отечественной журналистики, как *православная журналистика* (термин протоиерея В. Вигилянского) [9], а процесс медиатизации всех сфер жизни современного общества также отразился на развитии религиозного дискурса. Распространение православного контента через СМИ и Интернет способствовало созданию полноценных православных массмедиа [7], а сам православный медиадискурс рассматривается нами как совокупность текстов, представляющих взгляд на события через Евангелие и функционирующих в сфере массовой коммуникации.

Основной категориальной единицей медиадискурса является медиатекст. Структура данных текстов «амбивалентна: они, как правило, состоят из двух неомогенных частей, которые относятся к разным семиотическим системам – вербальной и невербальной» [8, с. 275]. Общая тенденция к созданию креолизованного текста привела к возникновению в лингвистике понятия визуализации. Визуализация медиаконтента является одним из самых сильных и действенных способов привлечения и удержания внимания современного человека, находящегося в мощном потоке постоянно поступающей и обновляющейся информации. Таким образом, успешное декодирование и усвоение информации или идеи в медиатексте во многом зависит от умения автора включить в структуру медиапродукта соответствующий визуальный код.

Использование визуального компонента, варианты которого многообразны (от особого цвета и шрифта до видеоряда), предлагает широкий спектр возможностей воздействия на читателя/пользователя в соединении с вербальной частью медиатекста. С учетом специфики рассматриваемого материала, нами использовались описательно-аналитический метод, предусматривающий анализ медийного компонента в конкретных речевых условиях, и методы анализа медиаконтента:

- дискурсивный, основанный на концепции дискурса и позволяющий проследить взаимосвязь между языковой и экстралингвистической стороной текста;
- метод контент-анализа, или анализа содержания;
- медиалингвистический, направленный на анализ текста с точки зрения системы параметров описания медиатекста, то есть способ его создания и воспроизведения, канал распространения, функционально-жанровый тип, тематическая доминанта и пр. [4, с. 15].

Визуальная часть медиатекста может его иллюстрировать, дополнять, актуализировать дополнительные смыслы, вызывать в памяти читателя ассоциативные фоновые знания, контрастировать, то есть специально противопоставлять, сталкивать вербальный и визуальный ряд. Степень его связанности с вербальной составляющей медиатекста зависит от функции, которую он выполняет.

Рассмотрим медиатексты, представленные на обложках православного журнала «Фома» [10], где при разрыве взаимосвязи обеих частей произойдет разрушение заложенных смыслов, призванных вызвать культурно-религиозные ассоциации, обусловленные знанием Библии. Священные тексты полны скрытых символических смыслов, образы которых частично перешли в общечеловеческую коммуникацию, сохраняя, как правило, первоначальную коннотацию. Часто библейские символы актуализируются через фразеологические средства языка, так как «библейская фразеология является объединяющим началом для разных языковых систем, что объясняется заимствованием из общего источника – библейского текста» [1, с. 8].

«Фома» – православный журнал для сомневающихся (так он себя позиционирует) издаётся с 1996 года. «Издание прошло путь от черно-белого альманаха до ежемесячного культурно-просветительского издания, основная миссия – это рассказ о православной вере и Церкви в жизни современного человека и общества <...>» [6, с. 231].



Рисунок 1

На первой обложке (рис. 1) визуальный компонент – это надкусанное яблоко с биркой «Вещдок №1», которое отсылает читателя к библейской истории о первородном грехе первых людей Адама и Евы в раю. Яблоко ассоциируется с библейским фразеологизмом *запретный плод*, а обличительный вердикт *Винновны!*, набранный красным цветом, подтверждает эту аллюзию. Такой визуальный компонент-символ интригует читателя, заставляет разгадать скрытое в нём послание редакции журнала.



Рисунок 2

На следующей обложке (рис. 2) изображены две руки, скрепленные цепью, связанной из пряжи. Визуальный компонент сопровождается слоганом-подписью *Свекровь связала*, которая благодаря такой визуализации утрачивает буквальное значение, приобретая метафорическое, и разъясняет таким образом тематическую доминанту данного номера. У человека, знакомого с христианством, его таинствами, традициями и обрядами, данный визуальный компонент в сочетании с тщательно подобранной вербальной частью, скорее всего вызовет в памяти слова Иисуса Христа: «Итак, что Бог сочетал, того человек да не разлучает» [5]. Лингвопрагматика обложки многократно усиливается благодаря удачно подобранному визуальному компоненту: тёща способна укреплять брак, а не разрушать.



Рисунок 3

На рисунке № 3 мы видим фрагмент знаменитой фрески Микеланджело «Сотворение Адама» (Сикстинская капелла, Ватикан, Рим, 1508–1512). Визуальный компонент, сопровождаемый слоганом красного цвета *Соединение устанавливается*, представляет собой нечто вроде ребуса/загадки для современного человека, плохо знающего Ветхий Завет и историю творения мира Богом. Выбранный фрагмент фрески изображает руку Адама в тот момент, когда Бог-Творец, который воплощает энергию жизни, намерен передать её первому человеку. Устойчивая фраза *Соединение устанавливается* относится к сфере мобильной коммуникации, таким образом в данном примере соединяется диахроническое с синхроническим, что было бы невозможно без визуального компонента, отличающегося интертекстуальностью, свойственной христианскому дискурсу. Однако православный христиан обнаружит в рассматриваемом визуальном компоненте больше смыслов. Так, например, слегка согнутый палец Адама говорит о свободе человеческой воли, подаренной Творцом, а вытянутый палец Бога напоминает нам, что Он всегда готов воссоединиться («установить соединение») со Своим творением.

В рисунке (рис. 4), представленном ниже, вновь наблюдается созданная визуальным компонентом связь диахронии с синхронией. Неразрывность связи вербального и визуального в данной обложке объясняется тем, что в 2018 году Праздник Воскресения Христова выпал на 8 апреля, а символ бесконечности изображается в виде лежащей на боку цифре 8. Кроме того Пасха всегда отмечается в воскресенье, о чем свидетельствует слоган-подпись *бесконечность начинается В ВОСКРЕСЕНИЕ*, набранная красным цветом, цветом-символом праздника Пасхи.



апреля

бесконечность начинается
в воскресенье

Рисунок 4

Задача православной журналистики состоит в соединении диахронического аспекта с синхроническим, то есть современного с вечным. Проанализированная обложка является убедительным примером такой связи, где Божественный замысел о человеке и мире, выраженный визуальным компонентом, соединяется с вербальной составляющей, которая характеризуется многоплановостью – это и конкретная дата календаря – воскресенье 8 апреля 2018 года, и праздник Воскресения Иисуса Христа, символизирующий победу над смертью и торжество вечной жизни. Употребление математического знака бесконечности ∞ переносится в духовную сферу жизни человека, но уже с библейской коннотацией ‘вечность’.

Ср.: *ВЕЧНОСТЬ*, -и; ж. 1. Бесконечное по времени существование материального мира. 2. Книжн. Течение времени, не имеющее ни начала ни конца. 3. Разг. О времени, тянущемся очень долго [2].

В последнем визуальном компоненте (рис. 5) отражается амбивалентность христианской жизни: живя в миру, христианин стремится жить с Богом. Представленное в визуальном компоненте календарное наложение поста на светские праздники символизирует разъединение людей, даже близких и родных. Цветовая гамма также подчеркивает этот антагонизм: черный цвет для постного дня, красный для праздника (Нового года). Таким образом здесь вновь обнаруживается соединение диахронии с синхронией, которое передается цветовой символикой. Черный цвет используется для поста и покаяния, например, облачение священников во время Великого Поста обычно черного цвета или темных оттенков синего и фиолетового. Красный цвет связан с

празднованием Пасхи и Вознесения. Однако в данном визуальном компоненте красный цвет символизирует светский праздник, как известно, традиционно праздники в календарях выделяются красным цветом.



С грехом пополам

Жена верует, а муж нет:
как не стать чужими?

Рисунок 5

При создании визуального компонента особое значение и смысл приобретает цветовая гамма. В христианской церковной традиции лишь несколько цветов – жёлтый, белый, голубой или синий, зеленый, красный, фиолетовый, чёрный и бордовый приобрели символизм, то есть определённый цвет обладает конкретной символикой. «Selection of colour, the iconic component, sometimes font, etc. are also explained by Christian symbolism, in other words, thereby Christian ideas are reflected in the Orthodox media content. The colour blue symbolises purity, this is the colour of heaven. <...> White is traditionally considered to be the colour of purity and innocence and is customarily featured in white robes and white flowers» (Символикой христианства объясняется выбор цвета, иконолического компонента, иногда шрифта и пр., то есть таким образом идеи христианского вероучения находят своё отражение в православном медиаконтенте. Голубой цвет символизирует чистоту, это цвет неба. <...> Белый традиционно считается цветом чистоты и невинности и представлен обычно белыми одеждами и белыми цветами) (перевод мой. – А. М.) [11, с. 509].

ВЫВОДЫ

«В рамках медиалингвистического подхода методика анализа медиатекстов как объёмного многоуровневого явления дополняется устойчивой системой параметров, которая позволяет дать предельно точное описание того или иного медиатекста с точки зрения особенностей его производства, канала распространения и лингвоформатных признаков» [3, с. 186]. Дискурсивный анализ материала показал определяющую роль тематики публикаций при выборе визуальной составляющей обложек православного журнала «Фома», позволил доказать, что применение комплексных методов анализа медиаконтента помогает выявить глубинные процессы, происходящие внутри медиадискурса, и определить корреляцию вербальной и визуальной частей медиатекста.

В данном исследовании речь не шла о других параметрах православного медиадискурса, однако связь между адресацией религиозных медиатекстов и темой публикаций очевидна, так как симбиоз вербальной и визуальной частей составляет тематическую доминанту медиатекста. Заметим, что вербальный и визуальный компоненты медиаконтента, сочетаясь на основе имплицитных или эксплицитных цитирований, создают определенные лингвопрагматические эффекты и тем усиливают воздействие на читательскую аудиторию.

За рамками данного анализа остался особый символизм православного медиатекста, который реализуется и в вербальной части (фразеоресурсы языка, возвышенная лексика и пр.), и в визуальном компоненте (библейские образы, особый шрифт, фон, символика цвета, видеоряд и т.д.), что является перспективой дальнейших исследований.

Список литературы

1. Безкорвайная Г. Т. Лингвокультурологический потенциал фразеосимвола: общее и национально-специфическое (на материале фразеологизмов с компонентом-символом меч / sword / le glaive в русском, английском и французском языках) [Текст] / Г. Т. Безкорвайная, О. В. Ломакина, А. С. Макарова // Филология и культура. Philology and Culture. Филологические науки. Лингвистика. – Казань: КФУ. – 2017. – №4 (50). – С. 6–10.
2. Грамота.py // <http://gramota.ru/slovari/dic/?word=%D0%B2%D0%B5%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C&all=x>
3. Добросклонская Т. Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания [Текст] / Т. Г. Добросклонская // Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки. – 2014. – № 13 (184). – Выпуск 22. – С. 181–187.
4. Добросклонская Т. Г. Методы анализа видео-вербальных текстов [Текст] / Т. Г. Добросклонская // Медиалингвистика. – 2016. – № 2 (12). – С. 13–25.
5. Евангелие. azbyka.ru. // <https://azbyka.ru/otechnik/Feofilakt/Bolgarskij/tolkovanie-na-evangelie-ot-matfeja/19> (дата обращения 09.11.2020).
6. Ломакина О. В., Макарова А. С. Библейские выражения в роли заголовков православных медиатекстов: источники, структура, тематическая доминанта [Текст] / О. В. Ломакина, А. С. Макарова // Русский язык в поликультурном мире: сборник научных статей IV Международного симпозиума (9-11 июня 2020 г.) / отв. ред. Г. Ю. Богданович, Е. Я. Титаренко. В 2-х т. Том 1. Симферополь: Издательский дом КФУ. – 2020. – С. 231–237.

7. Макарова А. С. Православный публицистический дискурс: общая характеристика и основные направления развития [Текст] / А. С. Макарова // Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение. Материалы III Международной научно-практической конференции (18–19 октября 2018 г., г. Орёл, ОГУ имени И.С. Тургенева). Орёл, ОГУ имени И.С. Тургенева. – 2018. – С. 366–370.
8. Макарова А. С. Реализация трансформационного и креативного потенциала крылатки в медиадискурсе [Текст] / А. С. Макарова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – Т. 10. – № 2. – С. 273–287. doi: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-273-287.
9. Православие.ру // <https://pravoslavie.ru/98295.html>
10. Православный журнал «Фома» // <https://foma.ru/arhiv> (дата обращения 23.05.2019).
11. Kunyina Olga, Lomakina Olga, Makarova Alexandra Orthodoxy and the World Website as an Example of Modern Religious Discourse // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences (EpSBS, ISSN: 2357-1330). No: 59. Pages: 507–514. [https://doi.org/10.15405/epsbs\(2357-1330\).2019.8.2](https://doi.org/10.15405/epsbs(2357-1330).2019.8.2)

References

1. Bezkorovaynaya G. T. S. *Lingvokul'turologicheskiy potentsial frazeosimvola: obshcheye i natsional'no-spetsificheskoye (na materiale frazeologizmov s komponentom-simvolom mecha / sword / le glaive v russkom, angliyskom i frantsuzskom yazykakh)* [Linguistic and Cultural Potential of Phraseology: Common and Nationally Specific Features (Based on the Phraseologisms with the Symbolic Component Меч / Sword / le Glaive in Russian, English and French)] // *Filologiya i kul'tura*, 2017, № 4, pp. 4–10.
2. Gramota.ru. Available at: <http://gramota.ru/slovari/dic/?word=%D0%B2%D0%B5%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C&all=x> (accessed 20 November 2020)
3. Dobroslonskaya T. G. *Massmediyny diskurs kak ob'yekt nauchnogo opisaniya* [Mass Media Discourse as an Object of Scientific Description] // *Nauchnyye vedomosti. Seriya Gumanitarnyye nauk*. 2014, No. 13 (184), Release 22, pp. 181–187.
4. Dobroslonskaya T. G. *Metody analiza video-verbal'nykh tekstov* [Methods for Analyzing Video-Verbal Texts] // *Medialingvistika*, 2016, № 2 (12), pp. 13–25.
5. Yevangeliye [Gospel]. azbyka.ru. Available at: https://azbyka.ru/otechnik/Feofilakt_Bolgarskij/tolkovanie-na-evangelie_ot-matfeja/19 (accessed 09 November 2020).
6. Lomakina O. V., Makarova A. S. *Bibleyskiye vyrazheniya v roli zagolovkov pravoslavnykh mediatekstov: istochniki, struktura, tematicheskaya dominanta* [Biblical Expressions in the Role of Titles of Orthodox Media Texts: Sources, Structure, Thematic Dominant] // *Russkiy yazyk v polikul'turnom mire: sbornik nauchnykh statey IV Mezhdunarodnogo simpoziuma (9-11 iyunya 2020 g.)* / ed. G. Yu. Bogdanovich, E. Ya. Titarenko. In 2 volumes. Volume 1. Simferopol: KFU Publishing House, 2020, pp. 231–237.
7. Makarova A. S. *Pravoslavnyy publitsisticheskii diskurs: obshchaya kharakteristika i osnovnyye napravleniya razvitiya* [Orthodox Journalistic Discourse: General Characteristics and Main Directions of Development] // *Kommunikatsiya: izucheniye i obucheniye. Materialy III Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (18-19 oktyabrya*

- 2018 g., g. Orol, OGU imeni I.S. Turgeneva)], Oryol. OSU named after I.S. Turgenev, 2018, pp. 366–370.
8. Makarova A. S. *Realizatsiya transformatsionnogo i kreativnogo potentsiala krylatiki v mediadiskurse* [Realization of Transformation and Creative Potential of the Krylatika in Media Discourse]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika*. 10(2), pp. 273–287. doi: 10.22363/2313-2299-2018-9-4-795-811
 9. *Pravoslaviye.ru* [Orthodoxy.ru]. Available at: <https://pravoslavie.ru/98295.html>
 10. *Pravoslavnyy zhurnal «Foma»* [Orthodox magazine “Thomas”]. Available at: <https://foma.ru/arhiv> (accessed 23 May 2019).
 11. Kunygina Olga, Lomakina Olga, Makarova Alexandra *Orthodoxy and the World Website as an Example of Modern Religious Discourse* // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences (EpSBS, ISSN: 2357-1330), No: 59. pp. 507–514. [https://doi.org/10.15405/epsbs\(2357-1330\).2019.8.2](https://doi.org/10.15405/epsbs(2357-1330).2019.8.2)

THE ROLE OF THE VISUAL COMPONENT IN ORTHODOX MEDIA DISCOURSE

Makarova A. S.

Summary. The article analyzes the role of the visual component in the Orthodox media discourse, which we consider as a set of texts representing a view of events through the Gospel and functioning in the field of mass communication. In the study of Orthodox media content, we have identified the task of Orthodox journalism, which consists in combining the diachronic aspect with the synchronic, that is, the modern with the eternal. Discourse analysis of the material showed the decisive role of the subject matter of publications in choosing the visual component of the covers of the Orthodox magazine “Foma”, allowed to determine the correlation of the verbal and visual parts of the media text and prove that the use of complex methods for analyzing media content helps to reveal the deep processes occurring within the media discourse, and the successful decoding and assimilation of information or ideas in the media text largely depends on the author's ability to include the corresponding visual code in the structure of the media product.

Keywords: orthodox media discourse, discourse, visual component, media text, mass media, pragmalinguistics.