

МУЛЬТИМОДАЛЬНА ЛІНГВІСТИКА ТА ЇЇ МЕТАМОВА

Макарук Л. Л.

ВСТУП

Цифрове століття змушує лінгвістів по-новому переосмислювати традиційне бачення елементів процесу інтеракції і залучати інноваційні методи та методики, які дозволяють різнобічно обґрунтовувати їхню семантику і прагматико-стилістичний потенціал. Словесний модус – це інтегральна частина усного та писемного мовлення. Окрім вербальних засобів, і в першій, і у другій формі комунікації використовують чимало інших ресурсів немовної природи. Існує низка праць, у яких висловлено міркування на їхню користь.

Представники наукових шкіл, які досліджували усну комунікацію, зосереджували свою увагу на аналізі супровідних характеристик, як-от темп, тембр, дотики, погляди, запахи, жести, міміка обличчя тощо. Їх розглядали в межах паралінгвістики, кінесики, окулесики, аускультатії, гаптики, ольфакції, проксеміки, хронеміки. Писемне мовлення було проаналізовано переважно в роботах тих учених, які працюють у царинах поезики та масмедіа. У їхніх розвідках значну увагу зосереджено на вербальних ресурсах і побіжно окреслено невербальні компоненти¹, що й пояснює *актуальність* обраної проблематики.

Розглядаючи порушені проблеми, варто зазначити, що їх розв'язання потребує ґрунтового аналізу. Доцільним вважаємо розгляд еволюції робіт, присвячених аналізу немовних модусів. Іноді важко визначити час, якому ученому належить те чи те поняття, дефініція, парадигма. Зауважимо, що класичні риторики ще в IV ст. до н. е. наголошували на тому, що спілкування мультимодальне, оскільки в усному мовленні важливими є жести, міміка, фонаційні характеристики, без яких неможливо уявити публічне мовлення. Аналіз дозволяє стверджувати, що мультимодальні семіотичні утворення існували завжди (хоча їх так і

¹ Макарук Л.Л. Мультимодальність сучасної англомовної масмедійної писемної комунікації : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 424 с.

не називали), починаючи із зародження та розвитку писемності, появи наскельних малюнків, які слугували початком відліку писемності як такої, та друкарства, які, як свідчать рукописи, газети й книги, збереглися до наших днів і є частиною писемних пам'яток, що нагадують про наших предків, відтворюють тодішній спосіб життя, побут, цінності, реалії. Такі писемні пам'ятки підтверджують той факт, що колір і шрифтове оформлення текстів відігравали далеко не останню роль. Поруч із традиційними писемними пам'ятками є чимало таких, які можна віднести до числа оригінальних, що мають певні диференційні ознаки завдяки шрифтовим варіаціям, кольоровій палітрі й іншим додатковим графічним ресурсам.

1. Витоки дослідження невербальних та паравербальних ресурсів

Передумови виникнення та становлення мультимодалістики детально проаналізовані в розвідці Т. ван Лівена². Хоча витоки мультимодальності сягають 1920-х рр., зараз, як слушно зауважують дослідники, вона перебуває в «ембріональній» стадії розвитку³. У 1920-х рр. у психології починають активно досліджувати сенсорну систему загалом та органи чуття зокрема. Говорячи про еволюцію писемних засобів інтеракції, варто звернути увагу на те, що перші роботи, присвячені віршованій графіці (Г.О. Винокур⁴, Б.В. Томашевський⁵), оформленню книг (використання шрифтів, залучення кольорів, декоративних елементів) (О.О. Реформатський⁶), також датовані 1920–1930 рр. У 1930–1940 рр. представники Празького лінгвістичного осередку звернули увагу на невербальні складники образотворчого та театрального мистецтва. В. Матезіус зацікавився невербальними компонентами, які супроводжували радіомовлення. Інші дослідники

² Van Leeuwen T. *Multimodality. The Routledge Handbook of Applied Linguistics* / ed. J. Simpson. New York : Routledge, 2011. P. 668–682.

³ Там само.

⁴ Винокур Г.О. О языке художественной литературы. Москва : Высшая школа, 1991. 448 с.

⁵ Томашевский Б.В. Теория литературы. Поэтика. Москва : Аспект Пресс, 1999. 334 с.

⁶ Реформатский А.А. Техническая редакция книги. Теория и методика работы / под ред. Д.Л. Вейса. Москва : Гос. изд-во легкой промышленности, 1933. 414 с.

в цей же час розглядали театр як полікодове середовище, у якому мають значення всі складники, починаючи від декорацій, сцени і завершуючи одягом та сценічною грою акторів.

Уже тоді вчені зазначали, що саме ці компоненти є семіотичними ресурсами, які генерують значення та водночас виступають новими джерелами, що мають семантичну вагу. У 1960-х рр. П.П. Пазоліні зауважив, що будь-яка знакова система відображена в особливому словнику. Функції особистості, яка сприймає знак у цій ситуації, полягають у тому, щоб вибрати зі словника відповідні знакові одиниці. Для особистості, яка має справу із зображенням, не існує єдиного словника. Усі зображальні знаки не організовані у словник і у процесі комунікації повинні бути суспільним надбанням⁷. Як бачимо, дослідник порушує вагоме питання, яке в сучасних студіях рівноцінне поняттю *мультимодальної грамотності* загалом і *мультимодальній перцепції* зокрема. Сприйняття та прочитання семіотично ускладненого тексту – складна проблема, яку активно вивчають і обґрунтовують сучасні вчені.

Більш детального аналізу невербальні ресурси як декоративні елементи періодики та як складники різножанрових і різностильових текстів отримали в 1960–1980 рр. У 1960-х рр. структуралісти використовували лінгвістичні концепції під час аналізу немовних модусів не лише в мистецтві, а й у масмедіа. Поворотним імпульсом у дослідженнях невербальних засобів слугувала робота Р. Барта “Image. Music. Text”⁸, який, опираючись на дослідження Л. Єльмслева, докладно аналізував світлини, зауважував, що вони не лише ілюструють реальність, а й передають абстрактні ідеї, які формують у свідомості індивідів певні уявлення про навколишню дійсність, перетворюються на концепти.

Варто віддати належне Р. Барту⁹ ще й тому, що він фактично вперше виявив три типи взаємозв’язку та взаємозалежності тексту й зображення, виокремив такі, у яких зображення й текст доповнюють одне одного; текст відіграє провідну роль, від нього залежить значення зображення, саме завдяки вербальному текстовому доповненню значення зображення більш точно; і тексти,

⁷ Пазоліні П.П. Поэтическое кино. Строеие фильма. Москва, 1985. С. 45–66.

⁸ Barthes R. Image. Music. Text. London : Fontana, 1977. 220 p.

⁹ Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. Москва : Прогресс, 1989. 615 с.

у яких превалюють зображення, від яких власне і залежить вербальний складник. Так, Р. Барт висвітлює особливості аналізу різних модусів, наголошував, що на телебаченні, у кіно, у рекламі значення знаків залежить від взаємодії зображення, звуку та типу накреслення¹⁰. Дослідник також зазначав, що позамовні об'єкти стають по-справжньому значущими лише тоді, коли вони дублюються або ретранслюються мовою¹¹.

Зауважимо також, що у студіях Р. Барта та П. Богатирьова розглянуто й одяг як невербальний компонент, який може багато «розповісти» про культуру, стереотипи, цінності та реалії етносу. Ці ж дослідники аналізували журнали мод, зокрема заголовки й підписи до ілюстрацій, щоб краще зрозуміти особливості фешн-індустрії. Інші представники Паризької семіотичної школи вивчали семіотичний простір фільмів, коміксів, інформаційної графіки та музики¹². Орієнтовно в цей же період американські лінгвісти докладно досліджували невербальне усне спілкування, аналізували мову тіла.

У 1975 р. М. Бугасва висвітлювала роль фотосвітлин у періодичних виданнях, виділяла їхні можливі функції: ілюстрування тексту в газеті або журналі; самостійне інформування читача про нові події та факти; вплив на емоції читача, створення певного художньо-документального образу як естетичного засобу¹³. Л.М. Большіянова¹⁴, Г.В. Ейгер та В.Л. Юхт¹⁵, Т.М. Ніколаєва¹⁶ й інші вчені серед перших заговорили про специфіку писемного мовлення та його диференційні ознаки з урахуванням різних

¹⁰ Barthes R. Image. Music. Text. London : Fontana, 1977. 220 p.

¹¹ Там само. С. 114.

¹² Там само.

¹³ Бугасва М. Фотография как средство массовой информации. *Фотожурналист и время* : сборник статей / сост. И.К. Красуцкий, Ю.Г. Пригожин. Москва : Планета, 1975. С. 97.

¹⁴ Большіянова Л.М. Вербальное сопровождение фотоизображения в контексте основного корпуса текста. *Вопросы английской контекстологии*. 1990. Вып. 3. С. 73–78.

¹⁵ Ейгер Г.В., Юхт В.Л. К построению типологии текстов. *Лингвистика текста* : материалы Научной конференции при МГПИИЯ им. М. Тореза. Москва, 1974. Ч. I. С. 103–109.

¹⁶ Николаева Т.М. Письменная речь и специфика ее изучения. *Вопросы языкознания*. 1961. № 3. С. 78–86.

модусів. У розвідках Б.В. Валуєнко¹⁷, М.М. Бахтіна¹⁸, Ю.Я. Герчук¹⁹, В.В. Сазонова, К.Б. Шошнікова²⁰ й О.О. Сидорова²¹ означені питання висвітлено оглядово.

Обґрунтування аналізованих ресурсів здійснено у працях І.В. Арнольд²² і Г.Т. Костенко²³. Частково цій проблемі присвячено розвідку У. Еко, у якій ідеться про візуальні образи²⁴. На невербальних і паравербальних ресурсах, які використовують у писемному мовленні, зорієнтована увага А. Капра. Дослідник стверджує, що (наприклад – *Л. М.*) графема може бути маленькою чи великою, широкою або вузькою, стрункою й одухотвореною, ставною, симпатичною, діловою, благородною, огидною²⁵. Щодо перцепції, то, за словами А. Капра, чисте читання, абстрактне переведення букв у раціональне мислення виключене. Будь-яке бачення свідомо чи несвідомо є сприйняттям наочного, тому викликає більш-менш сильні емоції, які відповідають або не відповідають змісту²⁶. В аналізованій праці порушено актуальну проблему англomовного комунікативного середовища та використання мультимодальних графем, лексем і речень, що мають мультимодальний характер.

У процесі дослідження невербаліки Л.О. Соколов, зауважує, що образна система мови «<...> приписує звукам, запахам, почуттям і думкам такі якості, як колір, світло, форма, контури, структура й

¹⁷ Валуєнко Б.В. Выразительные средства набора в книге. Москва : Книга, 1976. 128 с.

¹⁸ Бахтин М.М. Литературно-критические статьи. Москва : Художественная литература, 1986. 543 с.

¹⁹ Герчук Ю.Я. Художественная структура книги. Москва : Книга, 1984. 208 с.

²⁰ Сазонов В.В., Шошников К.Б. О соотношении вербальной и визуальной информации в прессе. Предмет семиотики. *Теоретические и практические проблемы взаимодействия средств в массовой коммуникации*. Москва : Изд-во МГУ, 1974. С. 374–389.

²¹ Сидоров А.А. Книга и жизнь. Сборник книговедческих работ. Москва 6 Книга, 1972. 231 с.

²² Арнольд И.В. Графические стилистические средства. *Иностранные языки в школе*. 1973. № 3. С. 13–20.

²³ Костенко Г.Т. Стилистические функции графических средств в языке английской рекламы. Проблемы стилистического анализа текста. Иркутск, 1979. С. 55–66.

²⁴ Eco U. *Semiotics and the Philosophy of Language*. Bloomington : Indiana University Press, 1984. 242 p.

²⁵ Капр А. *Schrift- und Buchkunst*. Leipzig : Fachbuchverlag, 1982. P. 56.

²⁶ Там само. С. 24

рух <...>»²⁷. Водночас Р.О. Якобсон стверджує, що синкретизм поезії та музики, імовірно, первинний щодо поезії й музики, оскільки візуальні сигнали кінесики органічно пов'язані з тими чи тими аудіальними знаковими системами²⁸. Зауважимо, що Б.О. Плотников виокремлює чотири класи невербальних знаків у писемних текстах: натуралістичні (фотографії, малюнки з природи, креслення, схеми); художні (картини, малюнки з естетичною цінністю); художньо-символічні (карикатури, гротески); символічні (знаки-формули)²⁹.

Загальні засади дослідження писемної інтеракції сформульовано А.М. Барановим і П.Б. Паршиним³⁰. Згідно з їхнім твердженням, невербальні та паравербальні ресурси варто вважати другорядними щодо вербальних. Такі міркування слугують фундаментальною основою низки розвідок, присвячених писемному мовленню. Дослідники, говорячи про писемні ресурси як засоби метаграфеміки, виділяють механізм пунктуаційного варіювання (синграфеміка); механізм шрифтового варіювання (супраграфеміка) та механізм варіювання площинної синтагматики тексту (топографеміка)³¹.

О.В. Пойманова вивчає різні ресурси немовної природи та стверджує, що семіотичні явища варто розглядати за допомогою комплексного підходу, який передбачає аналіз не окремих ізольованих лексем і речень, а їхнього функціонування в тексті з урахуванням прагматики мови³². У 2003 р. В.М. Березін спрогнозував розвиток комунікації та зауважив, що нині ілюстрування все ширше стає елементом текстотворення, рівень інтегрованості всіх зображальних засобів, як і інших знакових утворень, у єдиний текстовий простір друкованих й електронних

²⁷ Соколов Л.А. Теоретические проблемы иллюстрирования художественной литературы : автореф. ... дис. канд. искусствовед.: 17.00.05. Москва, 1985. С. 11.

²⁸ Якобсон Р.О. Язык в отношении к другим системам коммуникации. *Избранные работы* / Р.О. Якобсон. Москва, 1985. С. 306–330.

²⁹ Плотников Б.А. Авербальные формы письменного текста и их содержание. *О форме и содержании в языке*. Минск, 1989. С. 22–56.

³⁰ Баранов А.Н., Паршин П.Б. Воздействующий потенциал варьирования в сфере метаграфеміки. *Проблемы эффективности речевой коммуникации*. Москва : Изд-во АН СССР, 1989. С. 41–115.

³¹ Там само.

³² Пойманова О.В. Семантическое пространство видеовербального текста : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Москва, 1997. 237 с.

видавництв досить високий³³. Учений диференціював комунікацію на вербальну й візуальну, остання з яких може бути процесуальна (кіно, театр і телебачення) та статична (технічна), до якої він відніс будь-які її прояви, реалізовані за допомогою зовнішніх носіїв (наприклад, періодичні видання)³⁴.

Причинами активізації дослідницького інтересу до аналізованих компонентів вважаємо низку чинників, пов'язаних із тотальною глобалізацією, тяжінням суспільства до економії, швидкого темпу життя, адже перед продуцентами і перед реципієнтами відкрилися нові можливості внаслідок широкомасштабної інформаційної революції. Серед домінантних причин, які пояснюють потребу дослідження означених компонентів, Н.Л. Шубіна виокремлює такі: збільшення комунікативної значущості невербальних способів кодування інформації; розширення набору невербальних засобів у текстах; розширення комунікативно-прагматичних функцій невербальних засобів у текстах; використання метаграфеміки як самостійного каналу передачі інформації³⁵. Продовжуючи розгляд еволюції засобів невербальної природи, А.С. Айнутдінов переконаний, що до іконічної системи у пресі варто віднести фотозображення, інформаційну графіку, малюнки, карикатури, колажі³⁶.

У лінгвістичних розвідках не втрачає актуальності питання встановлення взаємозалежності вербальних компонентів і зображень. Найбільш докладно його висвітлено в роботах Л. Бардіна³⁷, А.О. Бернацької³⁸, Л.В. Головіної³⁹, О.Ю. Сорокіна і

³³ Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. Москва, 2003. 174 с.

³⁴ Там само.

³⁵ Шубина Н.Л. Невербальная семиотика печатного текста как область лингвистического знания. *Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена*. 2009. № 97. С. 186.

³⁶ Айнутдинов А.С. О феномене изображения в прессе (к методологии познания). *Вестник Челябинского государственного университета*. Серия «Филология, искусствоведение». 2009. № 35. С. 5–10.

³⁷ Bardin L. Le texte et l'image. *Communication et langages*. 1975. № 26. P. 98–112.

³⁸ Бернацкая А.А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние. *Речевое общение: специализированный вестник / Краснояр. гос. ун-т ; под ред. А.П. Сковородникова*. Красноярск, 2000. Вып. 3 (11). С. 104–110.

Є.Ф. Тарасова⁴⁰. Досить вагомою вважаємо працю О.Є. Анісімової⁴¹, яка слугувала підґрунтям фактично всіх вітчизняних і зарубіжних досліджень. Нещодавно в лінгвістиці з'явилися праці, присвячені дослідженню конвергенції вербальних, невербальних і паравербальних компонентів, реалізованих у логотипах (Л.Т. Кияк-Редькович⁴²); брендингу (І.Л. Білюк⁴³, М.В. Каратаєва⁴⁴), казках (М.А. Карп⁴⁵), художньому дискурсі (О.В. Білецька⁴⁶, О.С. Маріна⁴⁷) з урахуванням мультимодальних парадигм.

2. Синонімічні поняття на позначення гетерогенних конструктів

Варто звернути увагу на те, що в лінгвістичних студіях ХХІ ст. водночас функціонують декілька термінів на позначення процесів і явищ, в основі яких лежать гетерогенні ресурси. Дослідники, які аналізують писемні й усні «конструкти» (тексти), здебільшого

³⁹ Головіна Л.В. Взаимовлияние иконических и вербальных знаков при смысловом восприятии текста : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Москва, 1986. 173 с.

⁴⁰ Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. *Оптимизация речевого воздействия*. Москва : Наука, 1990. 180–195 с.

⁴¹ Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов : учебное пособие. Москва : Изд. центр «Академия», 2003. 128 с.

⁴² Кияк-Редькович Л.Т. Полісеміотичність логотипів міст та брендів як тип візуально залежних текстів малої форми. *Лінгвістика ХХІ ст.: нові дослідження і перспективи*. 2009. № 3. С. 129–137.

⁴³ Білюк І.Л. Вербальні і невербальні засоби брендингу Олімпіади. *Лінгвістика ХХІ ст.: нові дослідження і перспективи*. Київ : Логос. 2012. С. 60–67.

⁴⁴ Каратаєва М.В. Онлайн-відеожурнал “Louis Vuitton” як новий жанр віртуальної реклами : infotainment & edutainment. *Мовні і концептуальні картини світу*. Київ, 2013. № 43. Ч. 2. С. 147–152.

⁴⁵ Карп М.А. Текстотвірні ознаки когезії та когерентності в англійських мультимодальних літературних казках (на матеріалі творчості Філіпа Арда) : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Одеса, 2016. 20 с.

⁴⁶ Білецька О.В. Графічна форма постмодерністського художнього тексту крізь призму графічної лінгвістики. *Нова філологія*. 2014. № 60. С. 17–22.

⁴⁷ Маріна О.С. Семіотика парадоксальності у когнітивно-комунікативному висвітленні (на матеріалі сучасного англомовного поетичного дискурсу) : монографія. Херсон : Айлант, 2015. 298 с.

номінують їх креолізованими (Ю.В. Кнорозов⁴⁸, Ю.О. Сорокін та Є.Ф. Тарасов⁴⁹); полікодовими (Л.С. Большакова⁵⁰, Л.М. Большіянова⁵¹, О.Ю. Дьякова⁵², І.М. Колегаєва⁵³, М.О. Кузнецова⁵⁴, В.В. Марченко та М.О. Нікитюк⁵⁵, І.С. Шевченко⁵⁶), вочевидь, погоджуючись із багатьма представниками російських шкіл. Крім означених вище, їх також називають авербальними (Б.А. Плотников⁵⁷; аудіовізуальними (О.В. Кулагіна⁵⁸); багатоканальними (М.О. Іщук⁵⁹); вербальними й

⁴⁸ Кияк-Редькович Л.Т. Полісеміотичність логотипів міст та брендів як тип візуально залежних текстів малої форми. *Лінгвістика XXI ст.: нові дослідження і перспективи*. 2009. № 3. С. 129–137.

⁴⁹ Сорокін Ю.А., Тарасов Є. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. *Оптимизация речевого воздействия*. Москва : Наука, 1990. 180–195 с.

⁵⁰ Большакова Л.С. О содержании понятия «поликодовый текст». *Вестник Новгородского государственного университета*. Серия «История. Филология». 2008. № 49. С. 48–51.

⁵¹ Большіянова Л.М. Вербальное сопровождение фотоизображения в контексте основного корпуса текста. *Вопросы английской контекстологии*. 1990. Вып. 3. С. 73–78.

⁵² Дьякова Е.Ю. Поликодовый текст в британском рекламном дискурсе сферы образования : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Воронеж, 2011. 25 с.

⁵³ Колегаєва І.М. Музейний каталог як вид полікодового тексту. *Записки з романо-германської філології*. Одеса : КП ОМД, 2014. Вип. 1 (32). С. 92–101.

⁵⁴ Кузнецова М.О. Полікодовий характер вторинного дискурсу англомовних текстів жанру фентезі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологія». 2015. Вип. 58. С. 105–107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2015_58_41 (дата звернення: 19.02.2017).

⁵⁵ Марченко В.В., Нікитюк М.О. Структурні особливості полікодового рекламного тексту. *Молодий вчений*. 2018. № 7. С. 436–439.

⁵⁶ Шевченко І.С. Англомовний кінодискурс у полікодовому вимірі. *Якісна мовна освіта в сучасному глобалізованому світі: тенденції, виклики, перспективи* : матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Суми, 23–24 листопада 2017 р. / за ред. В.А. Глушенко. Суми : Сумський державний університет, 2017. С. 196–199.

⁵⁷ Плотников Б.А. Авербальные формы письменного текста и их содержание. *О форме и содержании в языке*. Минск, 1989. С. 22–56.

⁵⁸ Кулагіна Е.В. Эволюция визуального текста. *Вестник Казанского университета искусств и культуры*. 2003. № 93. С. 64–66.

⁵⁹ Іщук М.А. Гетерогенный текст: функции его составляющих. *Вестник Тверского государственного университета*. 2008. Вып. 13 С. 176–182.

іконічними комплексами (І.М. Артамонова⁶⁰); відеовербальними (О.В. Пойманова⁶¹); візуально залежними (Л.Т. Кияк-Редькович⁶²); гібридними/ізовербальними (А.О. Бернацька⁶³); ізовербами (О.В. Міхєєв⁶⁴, Г.М. Волоскович⁶⁵), іконотекстами (Г.М. Волоскович⁶⁶); іконічними (З.О. Гетьман⁶⁷); інтерсеміотичними (М.В. Воробйова⁶⁸, М.О. Ішук⁶⁹, Т.С. Семенюк⁷⁰); лінгвовізуальними комплексами (Л.М. Большіянова⁷¹); монокодовими (Л.С. Большакова⁷²);

⁶⁰ Артамонова І.М. Вербальний та іконічний комплекси як текстотворювальні чинники періодичного видання. *Поліграфія і видавничка справа*. 2007. Вип. 1 (45). С. 77–84.

⁶¹ Пойманова О. В. Семантичне пространство відеовербального тексту : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.19. Москва, 1997. 237 с.

⁶² Кияк-Редькович Л.Т. Полісеміотичність логотипів міст та брендів як тип візуально залежних текстів малої форми. *Лінгвістика XXI ст.: нові дослідження і перспективи*. 2009. № 3. С. 129–137.

⁶³ Бернацька А.А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние. *Речевое общение : специализированный вестник / Краснояр. гос. ун-т ; под ред. А.П. Сковородникова*. Красноярск, 2000. Вип. 3 (11). С. 104–110.

⁶⁴ Михеев А.В. О некоторых типах взаимодействия изображения и текста. *Типы коммуникации и содержательный аспект языка : сборник научных трудов*. Москва : Ин-т языкознания, 1987. С. 191–199.

⁶⁵ Волоскович А.М. Иконотекст как разновидность полимодальной гибридации. *Вестник Московского государственного лингвистического университета*. 2011. Вип. 5 (611) : Языкознание. С. 25–36.

⁶⁶ Там само.

⁶⁷ Гетьман З.О. Тексти з іконічним компонентом як результат креолізації комунікації. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Серія «Іноземна філологія». 2006. № 40. С. 6–7.

⁶⁸ Воробйова М.В. Інтерсеміотичність та інтермедіальність : проблема диференціації. *RETRO. Ukraine, Crimea, Parthenit*. 2012. URL: http://retro.crimea.edu/publications/1_2012_vorobyova.doc (дата звернення: 12.10.2016).

⁶⁹ Ішук М.А. Гетерогенний текст: функції його складових. *Вестник Тверского государственного университета*. 2008. Вип. 13 С. 176–182.

⁷⁰ Семенюк Т.П. Інтерсеміотичні особливості письмової комунікації. *Науковий вісник Вінницького національного університету імені Лесі Українки*. Серія «Філологічні науки». 2012. № 24 (249). С. 129–134.

⁷¹ Большіянова Л.М. Вербальне супроводження фотоізоображення в контексті основного корпусу тексту. *Вопросы английской контекстологии*. 1990. Вип. 3. С. 73–78.

⁷² Большакова Л.С. О содержании понятия «поликодовый текст». *Вестник Новгородского государственного университета*. Серія «Історія. Філологія». 2008. № 49. С. 48–51.

негомогенними (М.О. Іщук⁷³); паралінгвістично активними (Т.П. Семенюк⁷⁴); полісеміотичними; текстами змішаного типу (Т.О. Ленкова⁷⁵); семіотично ускладненими (Т.П. Семенюк⁷⁶, О.В. Протченко⁷⁷, мультимодальними (Г. Кресс, Т. ван Лівен⁷⁸, Л.Л. Макарук⁷⁹). Узагальнений перелік номінацій (див.: рис. 1).

Щодо питання походження номінації семіотично ускладнених текстів, більшість дослідників зазначають, що в лінгвістичний обіг термін (креолізований) на позначення полікодових текстів увели російські мовознавці Ю.О. Сорокін і Є.Ф. Тарасов⁸⁰. Однак цей факт потребує уточнень. Принагідно зазначимо, що вперше термін «креолізований текст» ужив у роботі Ю.В. Кнорозов⁸¹. Згодом В.В. Іванов теж послуговувався ним. Цей термін дослідник трактував як взаємодію оптичних систем (образотворче мистецтво, мова жестів, мнемотехнічні засоби) і звукової мови⁸². Варто віддати

⁷³ Іщук М.А. Гетерогенный текст: функции его составляющих. *Вестник Тверского государственного университета*. 2008. Вып. 13 С. 176–182.

⁷⁴ Семенюк Т.П. Интерсеміотичні особливості письмової комунікації. *Науковий вісник Вінницького національного університету імені Лесі Українки*. Серія «Філологічні науки». 2012. № 24 (249). С. 129–134.

⁷⁵ Ленкова Т.А. Интерпретирующий язык креолізованных текстов: семиотический аспект (на материале современной прессы Германии). *Вестник Челябинского государственного университета*. Серия «Филология. Искусствоведение». 2010. № 11 (192). С. 74–77.

⁷⁶ Семенюк Т.П. Интерсеміотичні особливості письмової комунікації. *Науковий вісник Вінницького національного університету імені Лесі Українки*. Серія «Філологічні науки». 2012. № 24 (249). С. 129–134.

⁷⁷ Протченко А.В. Типологические и функционально-стилистические характеристики англоязычного путеводителя : автореф. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Самара, 2006. 20 с.

⁷⁸ Kress G., Leeuwen van T. *Multimodal Discourse*. Bloomsbury Academic, 2001. 152 p.

⁷⁹ Макарук Л.Л. Мультимодальна грамотність у цифровому столітті. *Наукові записки національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна». 2015. Вип. 54. С. 49–52.

⁸⁰ Сорокін Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолізованные тексты и их коммуникативная функция. *Оптимизация речевого воздействия*. Москва : Наука, 1990. 180–195 с.

⁸¹ Кнорозов Ю.В. Письменность индейцев майя. Москва : Изд-во АН СССР, 1963. 663 с.

⁸² Іванов В.В. Язык в сопоставлении с другими средствами передачи и хранения информации. *Доклады на конференции по обработке информации, машинному переводу и автоматическому чтению текста*. Москва : Изд-во АН СССР. 1961. Вып. 7. № 3. С. 10.

належне Ю.О. Сорокіну та Є.Ф. Тарасову⁸³, завдяки яким цей термін набув такого поширення та популярності й фактично здобув лінгвістичний статус.



Рис. 1

Названі вище одиниці можуть не вичерпувати всього термінологічного спектра одиниць, які використовують сучасні мовознавці, проте вони дають змогу сформувати більш-менш повну палітру термінів на позначення семіотично ускладнених текстів. Схиляємося до думки, що перелік цих термінів можна диференціювати відповідно до каналів зв'язку між адресатом і адресантом. Передусім ідеться про радіо, телебачення, друковані й електронні періодичні й інформаційні матеріали. Очевидно, що інтернет відкриває все більше можливостей для задоволення комунікативних потреб багатьох співрозмовників.

Принагідно зауважимо, що найчастіше в сучасному мовознавстві вживають терміни: *креолізований* та *полікодний*. На нашу думку, уживання терміна «креолізований» на позначення такого різновиду текстів не цілком логічне, бо передусім креолізацію трактують як процес утворення нових етнічних груп через змішування представників різних національностей, так званих контактних

⁸³ Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. *Оптимизация речевого воздействия*. Москва : Наука, 1990. С. 180–195.

етносів⁸⁴. Відомо, що креолами (від фр. *créole*; ісп. *criollo* і порт. *crioulo*; латин. *creare* – «створювати», «виросити») називали дітей, які народилися у змішаних шлюбах іспанських і португальських поселенців та місцевих латиноамериканських жителів. Креолами називали всіх нащадків європейських переселенців на територіях колоній у Північній і Південній Америці.

Закономірно, що співіснування кількох етносів на одній території неминуче призводить до змішування національних мов, а це не лише вносить зміни до їхнього словникового складу, а й впливає на граматику. Креольськими вважають і нові мови, які утворилися внаслідок поєднання кількох мов. Зазначимо: представлене вище походження терміна «креолізований» свідчить цілком не на його користь. Його недоцільно вважати ключовим і послуговуватися ним. У сучасних текстах ми не спостерігаємо цілковитого змішування кількох мов, однак мова – це динамічна система, а тому змін, які відбуваються, неможливо уникнути. Аналіз англійського масмедійного комунікативного простору засвідчує, що нині все частіше відбувається «змішування» мовних і немовних засобів.

Інший термін, який досить часто вживають для позначення такого різновиду тексту, – «полікодовий»⁸⁵. Поряд із *креолізованим* він найуживаніший і, на нашу думку, один із найбільш релевантних, які відображають специфіку предмета дослідження. Крім того, це універсальна одиниця, яку можна застосовувати на означення усного й писемного тексту. Трактуючи його, можна стверджувати, що полікодовий передбачає поєднання щонайменше двох відмінних кодів. Г.В. Ейгер і В.Л. Юхт під час праці над питанням типології текстів запропонували опозицію моно– та полікодових текстів. На їхню думку, до полікодових текстів у широкому сенсі, беручи до уваги семіотику, варто зарахувати випадки поєднання природного мовного коду з кодом будь-якої іншої семіотичної системи (зображення, музичний супровід тощо)⁸⁶. Щодо монокодових текстів, то вони містять засоби лише однієї семіотичної системи.

⁸⁴ Там само.

⁸⁵ Большаинова Л.М. Вербальное сопровождение фотоизображения в контексте основного корпуса текста. *Вопросы английской контекстологии*. 1990. Вып. 3. С. 73–78.

⁸⁶ Ейгер Г.В., Юхт В.Л. К построению типологии текстов. *Лингвистика текста* : материалы Научной конференции при МГПИИЯ им. М. Тореза. Москва, 1974. Ч. I. С. 107.

Цікавим є підхід Л.С. Большакової, яка у своїй роботі аналізує різновиди нелінійного тексту, диференціює три типи: монокодовий, креолізований, полікодовий. На думку дослідниці, монокодовий текст – це гомогенне нелінійне чи лінійне утворення, яке містить коди лише однієї знакової системи мови (ідеться про писемну форму мови)⁸⁷. Орієнтовно в один і той самий період А.О. Бернацька, мовлячи про кореляцію вербальних і невербальних компонентів, запропонувала називати такі тексти ізовербальними комплексами⁸⁸, а О.В. Міхеєв⁸⁹ уважав їх ізовербальними. Ця одиниця функціонує ще й в інших роботах, датованих минулим століттям, проте нині її не вживають.

У цьому контексті варто звернути увагу на те, що традиційно прийнято вважати, що текст, створений засобами алфавітної графіки, – це суто вербальне мономодальне утворення. Проте це питання є суперечливим. Ми підтримуємо підхід Ентоні Болдрі та Пола Тіболті, які схиляються до думки, що не існує поняття *мономодальний текст*⁹⁰. Якщо розглядати текст як послідовність графічних алфавітних позначок, що не містить жодних ілюстрацій, то одиничними є такі тексти, де використано один тип шрифту чи один кегль. З іншого боку, текст, створений відповідно до норм орфографії, містить і відповідні знаки пунктуації, які, як відомо, належать до іншої семіотичної системи, що їх дослідники у сфері невербаліки стандартно відносять до невербальних засобів. Фактично така сама ситуація з відтворенням усного тексту, продукування якого неможливе без урахування таких невербальних характеристик: темпу й тембру голосу, жестів, мімічних образів тощо.

З огляду на викладене вище, ми підтримуємо думку, що мономодальних інформаційних блоків практично не існує, оскільки

⁸⁷ Большакова Л.С. О содержании понятия «поликодовый текст». *Вестник Новгородского государственного университета*. Серия «История. Филология». 2008. № 49. С. 49.

⁸⁸ Бернацкая А.А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние. *Речевое общение: специализированный вестник / Краснояр. гос. ун-т ; под ред. А.П. Сквородникова*. Красноярск, 2000. Вып. 3 (11). С. 104–110.

⁸⁹ Марченко В.В., Никитюк М.О. Структурні особливості полікодового рекламного тексту. *Молодий вчений*. 2018. № 7. С. 436–439.

⁹⁰ Baldry A., Thibault Paul J. *Multimodal Transcription and Text Analysis : A Multimodal Toolkit and Coursebook with Associated On-line Course*. London : Equinox, 2005. p. 58.

навіть тексти вербального характеру (створені лише за допомогою лексем посередництвом графем), які містять знаки пунктуації й можуть бути представлені різними кеглями та гарнітурами, – мультимодальні, не кажучи вже про колір й інші засоби, якими послуговуються за замовчуванням.

Коротко підсумовуючи вищевикреслені підходи, вважаємо слухним висловити власні міркування про те, що наявність декількох понять, які віддзеркалюють зміст того чи того процесу / явища, невиправдана. Недосконалість категорійно-поняттєвого апарату будь-якої наукової галузі зумовлює його «розмитість» та дозволяє дослідникам використовувати різні терміни. На нашу думку, доцільно обмежитись одним терміном, що забезпечить точність і однозначність, а також уможливити уніфікацію наявної термінології в галузі мультимодальності⁹¹. Зазначимо, що вживання різних термінів на позначення того самого поняття чи явища «засмічує» метамову конкретної галузі знань. І в такому разі логічно та правомірно було б виокремити одну одиницю і послуговуватися нею. Ідеться про мультимодальність та її похідні: мультимодальний текст, мультимодальну метафору, мультимодальну лексему, мультимодальну метонімію, мультимодальну лексему тощо.

3. Ключові поняття мультимодальної лінгвістики

Термін *мультимодальність* був уведений до наукового вжитку в сіднейській школі семіотики, у якій працював М.А.К. Халлідей⁹². Сміливими першовідкривачами зависи, що довго розмежовувала вербальну лінгвістику від невербальної, виявилися сучасні дослідники Дж. Беземер, К. Джевїт, Г. Кресс, Т. ван Лівен, лави яких нині поповнили й десятки інших учених. Зазначимо, що мультимодальність досліджують не лише мовознавці, а й фахівці з новітніх технологій, журналісти, дизайнери, маркетологи, музеєзнавці, працівники фешн-індустрії. Фактично нею цікавляться

⁹¹ Макарук Л.Л. Мультимодальна лінгвістика: термінологічний апарат і вектори аналізу. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Серія «Філологічні науки. Мовознавство». 2015. № 6 (307). С. 64–70 ; Макарук Л.Л. Мультимодальність та полікодовість у сучасних лінгвістичних студіях: школи, постаті, підходи. *Актуальні питання іноземної філології : науковий журнал / редкол. : І.П. Біскуб (гол. ред.) та ін.* Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2018. № 9. С. 133–142.

⁹² Halliday M.A.K. *An Introduction to Functional Grammar*. 2nd ed. London : Edward Arnold, 1994. 212 p.

всі, хто має справу із програмним забезпеченням та інформаційними матеріалами.

Наголосимо на тому, що лінгвістичний інтерес до поняття *мультимодальності* не випадковий, а продиктований перевагами сучасного соціуму. У закордонних розвідках дослідження мультимодальності відбувається на основі двох теоретичних парадигм – системно-функційної метафори та візуального синтаксису⁹³, які сприяли формуванню та розвитку двох ключових напрямів аналізу: системно-функційної візуальної граматики⁹⁴ і теорії мультимодальної метафори⁹⁵.

Попри те, що ця галузь набирає все більших обертів, завойовує своє місце на лінгвістичній арені, учені все частіше зосереджують увагу на неоднозначності підходів до дослідження нових полікодових утворень, необхідності виокремлення цілком нової галузі, так званої *мультимодалістики*. Перші фундаментальні праці, у яких фігурує термін *мультимодальність*, датовані кінцем 1990-х рр., коли постало питання про формування нового напрямку лінгвістичних досліджень. Наукові пошуки дозволили досягти одностайності щодо вибору терміна на позначення симбіотичних ресурсів (для дослідження усного і писемного мовлення) – *мультимодальність*. Ми поділяємо таке бачення. Саме тому актуальність та вагомість цього напрямку дослідження не викликає сумнівів. Використання обраної термінології свідчить, що проблема започаткованої нами праці перебуває в полі наукових розвідок закордонних дослідників, які віддають перевагу терміну *мультимодальність*.

Зауважимо, що в межах мультимодальності основна увага зосереджена на значенні. На нього впливає фактично все: від добору лексичних одиниць, їхньої графічної репрезентації до залучення відповідних ілюстрацій та їхньої локації з урахуванням додаткових характеристик, які відіграють важливу роль у писемному мовленні.

⁹³ Lakoff G. *Metaphors We Live by*. Chicago : University of Chicago Press, 1980. 256 p.

⁹⁴ Kress G. *Multimodality. Multiliteracies: Learning Literacy and the Design of Social Futures* / ed. by B. Cope, M. Kalantzis. Melbourne : Macmillan, 2000. P. 182–202.

⁹⁵ Forceville C. Non-verbal and Multimodal Metaphor in a Cognitivist Framework: Agendas for research. *Cognitive Linguistics: Current Applications and Future Perspectives* / eds. G. Kristiansen et al. Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2006. P. 379–402.

Ідеться про відступи, інтервали, додаткові декоративні елементи тощо. Мультиmodalність дозволяє зосередити увагу на всьому спектрі семантично значущих ресурсів, які використовують під час спілкування. Зі свого боку зазначимо, що їх вибір залежить від обраного каналу, конкретної комунікативної ситуації та технічних можливостей. Видається також ірреальною чітка інвентаризація всіх засобів, оскільки інформаційні технології створюють невичерпні комунікативні можливості. Тому фіксація всього спектра навряд чи можлива, адже креативні потенції індивідів безмежні.

У закордонних розвідках, присвячених різним аспектам мультиmodalності, не знаходимо чітких і лаконічних дефініцій цього поняття. Трактуювання, уміщені в цих роботах, мають описово-роз'яснювальний характер. У лінгвістичних студіях феномен мультиmodalності полівекторний, тому науковці вивчають його під різними кутами зору, а потрактування самого поняття та його похідних є відмінними. Зосередимо увагу на деяких із них. Так, наприклад, К. О'Халлоран та Б. Сміс уважають, що мультиmodalність розширює межі мови, збільшує її можливості завдяки іншим ресурсам: зображенням, символам, жестам, певним діям, музиці, звукам тощо. Дослідження феномену мультиmodalності автор здійснює на основі друкованих матеріалів, відеозаписів, вебсайтів, тривимірних зображень, щоденних ситуацій, звертає увагу на комбінації ресурсів, модусів і модальностей⁹⁶.

В онлайн-гlossарії мультиmodalних термінів⁹⁷ вказано, що є три взаємопов'язані аспекти розгляду специфіки мультиmodalності. Передусім спілкування та його репрезентація здійснюються за посередництва кількох засобів, крім того, усі вони впливають на значення, яке намагається передати відправник одержувачеві. В одній із розвідок зазначено: у широкому сенсі під мультиmodalністю розуміють поєднання текстових, аудіо та візуальних засобів із залученням каналу як джерела передачі інформації для створення відповідного значення⁹⁸.

⁹⁶ O'Halloran K.L., Smith B.A. *Multimodal Studies: Exploring. Issues and Domains*. London : Routledge, 2011. 270 p.

⁹⁷ Multimodal Analysis Lab. URL: <http://multimodal-analysis-lab.org/concept/> (дата звернення: 02.09.2015).

⁹⁸ Макарук Л.Л. Лінгвістична мультиmodalність. *Мова та література у полікультурному просторі* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Львів : ГО «Наукова філологічна організація «Логос»», 2014. С. 98–102.

Ф. Серафіні та Дж. Клозен, які працюють в Арізонському державному університеті, вважають, що друковані тексти – мультимодальні, оскільки вони містять зображення, різноманітні графічні дизайнерські елементи та засоби писемного мовлення⁹⁹. К. О'Халлоран та Б. Сміт стверджують, що мультимодальність багатогранна, адже і друковані тексти, і відеозаписи з елементами писемного й усного мовлення – мультимодальні¹⁰⁰. Розглядаючи концепцію мультимодальності, А. Гіббонс вважає, що мультимодальність – це щоденна реальність, наш життєвий досвід, оскільки ми сприймаємо довколишню дійсність візуально, за допомогою звуків і рухів. Навіть найпростіша розмова є мультимодальною, оскільки охоплює мовні засоби, жести, інтонацію тощо¹⁰¹.

К. Джевїт стверджує, що мультимодальність пов'язана не лише з мовою та вербальними засобами вираження, а й з іншими формами: зображенням, поглядом, поставою (статурою) тощо, їхнім взаємовідношенням¹⁰². Дж. Беземер, К. Джевїт та К. О'Халлоран запропонували дефініцію мультимодальності в широкому розумінні: для продукування значення люди використовують низку ресурсів (погляд, мовлення, жести). У вузькому розумінні під час продукування цілісних мультимодальних конструктивів реципієнти послуговуються кількома ресурсами¹⁰³. Е. Гіббонс зазначає, що у вузькому сенсі мультимодальність – це співіснування більш ніж одного семіотичного модусу в одному контексті; у широкому – це щоденна реальність, яку ми пізнаємо завдяки зору, звуку, руху. Навіть найпростіша розмова поєднує мову, інтонацію, жести¹⁰⁴.

Т. ван Лівен аналізує концепцію мультимодальності з урахуванням еволюції поняття, зауважує, що лінгвісти та

⁹⁹ Serafini F., Clausen J. Typography as Semiotic Resource. *Journal of Visual Literacy*. 2012. № 31 (2). P. 1–16. DOI: 10.1080/23796529.2012.11674697.

¹⁰⁰ O'Halloran K.L., Smith B.A. *Multimodal Studies: Exploring. Issues and Domains*. London : Routledge, 2011. 270 p.

¹⁰¹ Gibbons A. *Multimodality, Cognition and Experimental Literature* / ed. by K.L. O'Halloran. New York ; London : Routledge, 2012. P. 1–46.

¹⁰² Jewitt C. *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. Abingdon, Oxon ; Milton Park, Oxfordshire : Routledge, 2014. 544 p.

¹⁰³ Jewitt C., Bezemer J., O'Halloran K.L. *Introducing Mutimodality*. London : Routledge, 2016. 232 p.

¹⁰⁴ Gibbons A. *Multimodality, Cognition and Experimental Literature* / ed. by K.L. O'Halloran. New York ; London : Routledge, 2012. P. 8.

дискурсологи розширили його дефініцію і вважають мультимодальність інтегрованим поняттям, що охоплює такі комунікативні ресурси, як мова, зображення, звук і музика¹⁰⁵. Скрупульозний аналіз означеної проблеми довів, що комунікація мультимодальна, а усне мовлення не можна тлумачити без урахування невербального складника. Форми сучасного писемного мовлення також важко зрозуміти, якщо не враховувати зображення, розміщення тексту, типографічні особливості та колір. Саме тому розвинулась мультимодальність як сфера досліджень, ґрунтована як на звичайних, так і на відмінних властивостях різних модусів, які інтегровані в мультимодальні тексти і комунікативні ситуації¹⁰⁶. Дж. Бейтман аналізує текст і зображення в межах мультимодальності та вважає, що в полі її дослідження мають перебувати різні модуси вираження та їхні комбінації¹⁰⁷. Г. Кресс акцентує увагу на писемному оформленні, зображенні та кольорі¹⁰⁸.

Із запропонованих вище дефініцій сучасних дослідників зрозуміло, що термін *мультимодальність* необхідно вважати «парасольковим», оскільки він здатен охопити і сферу усного, і сферу писемного мовлення. Вибір обраної нами термінології вмотивований діяльністю закордонних шкіл і результатами наукових заходів, проведених із чітким дотриманням обраної метамовної концепції.

Закономірно, що такий інтерес та наявність різних підходів до аналізу різножанрових полісеміотичних блоків зумовлюють потребу у виокремленні нової галузі – *мультимодальної лінгвістики*, спрямованої на дослідження вербальних, невербальних і паравербальних ресурсів, сукупність яких продукує значення, вивчення якого має спиратися на вже наявні мультимодальні парадигми: системно-функційний підхід, соціальну семіотику, конversaційний аналіз, геосеміотичний підхід, інтеракційний аналіз, мультимодальну етнографію, мультимодальний корпусний та рецепційний підходи, а також прийоми візуального синтаксису та графічної композиції.

¹⁰⁵ Van Leeuwen T. Multimodality. *The Routledge Handbook of Applied Linguistics* / ed. J. Simpson. New York : Routledge, 2011. P. 668–682.

¹⁰⁶ Там само.

¹⁰⁷ Bateman J. Text and Image: a Critical Introduction to the Visual / Verbal Divide. London ; New York : Routledge, 2014. P. 276.

¹⁰⁸ Kress G. Literacy in the New Media Age. London ; New York : Routledge, 2003. 208 p.

На нашу думку, доцільно вести мову про проблеми категорійно-поняттєвого апарату *мультимодальної лінгвістики*, методи й методологію досліджень. Мультимодальна лінгвістика відповідає потребам часу, оскільки покликана вивести модуси спілкування на новий рівень, демонструє, що важливими є не лише вербальні одиниці, але й невербальні складники, які мають бути враховані як невід’ємна частина комунікації. Доцільність у виокремленні мультимодальної лінгвістики вбачаємо в її універсальності. Не існує фактично такого жанру, який би не був нею охоплений: комікси, карикатури, романи, посібники користувача, художні книги, музейні експонати, фільми, картини тощо. Коли говоримо про мультимодальність, мультимодальний текст та мультимодальний дискурс, спостерігається неоднозначність у трактуванні понять, якими оперують під час аналізу. Ідеться про мультимодальність, модус, семіотичні ресурси, модальність тощо. Тому одне з першочергових питань стосується категорійно-поняттєвого апарату цієї вузькоспеціальної галузі лінгвістики. Обґрунтуємо докладно категорійно-поняттєвий апарат мультимодальної лінгвістики, окреслимо найбільш уживані терміни.

Поняття «модус» та «модальність» не нові в лінгвістичних дослідженнях. У межах мультимодальної лінгвістики термін *модальність* (від латин. *modus* – «розмір», «спосіб», «образ») набув цілком нового значення, абсолютно відмінного від тих, якими послуговуються тривалий час у дослідженні окремих аспектів. Відомо, що ця одиниця – одне із ключових понять психології. Явище модальності тісно пов’язане з органами чуття людини, які виступають посередниками в інформаційному обміні. Будь-яка інформація незалежно від того, чи вона звучить усно (відтворюється за допомогою голосу), чи письмово подана на папері (рукописний текст), чи віддрукована за допомогою технічних пристроїв, потрапляє до людини внаслідок подразнення рецепторів, за які відповідають певні ділянки головного мозку, де, власне, і здійснюються відповідні реакції, які формують відчуття.

Передусім ці сенсорні аналізатори дають змогу індивідові пізнавати та відчувати негативні й позитивні моменти буття, формувати уявлення про всесвіт, пристосовуватися до умов існування. Виокремлюють п’ять органів чуття: зір, слух, нюх, смак, дотик, які й формують сенсорну систему людини. Середовище, до якого надходять сигнали, здатне формувати в її свідомості відчуття спокою (безпеки), тривоги (небезпеки) тощо. Відповідні сигнали

практично миттєво спрацьовують у мозку, який за лічені секунди пробуджує в індивіда певну реакцію, скеровує його до дій. У психології, а нині й у лінгвістиці розрізняють кілька видів модальності, або каналів сприйняття: візуальний, слуховий (аудіальний) та моторний (кінестетичний, тактильний). Іноді їх також номінують видами пам'яті, виділяють зорову, слухову та моторну, або стилями, виокремлюють зоро-, слухосприймальний та моторний.

Загальновідомо, що люди по-різному пізнають і осмислюють навколишню дійсність. В одних індивідів найактивніший та найпродуктивніший зоровий канал, в інших – слуховий або тактильний. Одні для запам'ятовування і кращого сприйняття воліють щось побачити, інші ж уважають, що це краще відчутти на собі, і ще одна група віддає перевагу слуховому каналу, тому, якщо є така можливість, то їм бажано чути. Відомо, що від природи людина здатна сприймати інформацію кількома каналами водночас, рівень засвоєння якої залежить від низки суб'єктивних і об'єктивних чинників.

У зоровій модальності посередником виступає зір, який деякою мірою відповідає за сприйняття інформації. Зоровий аналізатор реагує на розмір об'єкта, предмета чи зображення, колір (яскравість, насиченість, контрастність), контури, форму й тощо. Варто також зауважити, що у психології серед тих осіб, у яких найпродуктивніший зоровий канал, диференціюють вербалістів та іконістів. Очевидний той факт, що одні з них воліють бачити лексеми, інші – зображення, які можна згодом із легкістю відтворити; якщо не найдрібніші (особливі, характерні) їхні деталі, то хоча б орієнтовно описати особливості побаченого. Для так званих іконістів характерне образне мислення. Вони постійно намагаються запам'ятати щось за допомогою асоціацій.

Науково доведено й обґрунтовано, що для більшості індивідів найважливішим був і залишається візуальний канал. Так звані візуали мають обов'язково побачити наочно ту інформацію, яку прагнуть осягнути. Дослідники вказують, що «найефективнішим способом спілкування (каналом сприйняття – Л. М.) є візуальний, оскільки люди пам'ятають лише 10% із того, що чують, 20% із того, що

читають, та приблизно 80% того, що вони бачать та роблять»¹⁰⁹. Аудіальна модальність, поза сумнівом, також важлива. І для окремих індивідів саме вона є ключовою під час сприйняття. Завдяки надактивному слуховому каналу окремі індивіди краще сприймають саме ту інформацію, яку чують, або ж ту, яку самі продукують, відтворюючи її. Водночас вони реагують на тон, темп, тембр та ритм голосу. Вочевидь, для цих осіб надважливі голосові модуляції. Тактильна (кінестетична) модальність пріоритетна для індивідів, які віддають перевагу сприйняттю із залученням певних рухів та дотиків.

Цей тип сприйняття орієнтований на відчуття. Усі схарактеризовані вище види модальності вроджені, і кожен розумово та фізично розвинутий індивід може автоматично сприймати інформацію всіма трьома каналами. Принаймні хоча б один із них у конкретної людини та в конкретному випадку (це залежить від кількох чинників) спрацьовує (активізується) краще за інший. А.О. Кібрик пропонує вважати модальність типом зовнішнього стимулу, який сприймає один з органів чуття людини, передусім зір та слух¹¹⁰.

Розглянемо також поняття *модус*. Термін *модус*¹¹¹ охоплює набір засобів, які сформовані певними соціальними групами для передачі інформації. У лінгвістичний обіг його було введено G. Kress і T. Van Leeuwen¹¹². Зауважимо, що *модуси* не є автономними й універсальними для всіх мов та етнічних спільнот. Вочевидь, вони піддаються змінам і трансформаціям. Крім того, ці засоби можуть бути радше специфічними, притаманними лише одному конкретному етносу, тому їх можна вважати культуромаркованими.

Поняття *модус* не має однозначного трактування, а тому потребує додаткових уточнень й обґрунтувань. У мультимодальній комунікації для реалізації поставлених цілей поєднують водночас кілька модусів. Прикладами можуть слугувати рисунок і вербальний текст; рисунок і текстовий підпис – пояснення до нього; текст та інші нелітерні

¹⁰⁹ The Power of Visual Communication. 2015. URL: <http://www.hp.com/large/ipg/assets/bus-solutions/power-of-visual-communication.pdf> (дата звернення: 22.09.2015).

¹¹⁰ Кібрик А.А. Мультимодальная лингвистика. 2014. URL: <https://postnauka.ru/faq/37543> (дата звернення: 04.12.2018)

¹¹¹ Kress G.R. What is a Mode? *Routledge Handbook of Multimodal Analysis* / ed. by C. Jewitt. London : Routledge, 2014. P. 60–75.

¹¹² Kress G.R., Leeuwen van T. *Multimodal Discourse*. Bloomsbury Academic, 2001. 152 p.

графічні засоби; усний вербальний текст і міміка співрозмовника, відстань між комунікантами; вербальні засоби на телебаченні чи в інтернеті в поєднанні з ілюстраціями або іншими графічними об'єктами, що рухаються та виконують певні дії тощо. Варто погодитися з думкою Г. Кресс і Т. ван Лівен¹¹³, що всі модуси впливають на значення, формують його сутність. Це стосується і засобів (візуальні, мовні, писемні тощо), використання яких обмежується можливістю окремих каналів зв'язку й тематичною спрямованістю кожного конкретного інформаційного блока.

Звернемо увагу й на те, що значення деяких одиниць, вербальних чи невербальних, можна зрозуміти лише з контексту. Тому вони не універсальні, а переважно контекстуально залежні, оскільки перебувають у різних дистрибуціях та контекстах і мають відмінний комунікативно-прагматичний потенціал, стилістичні особливості. Інші дослідники схиляються до думки, що модус (візуальний або семіотичний ресурс) (від латин. *modus* – «міра», «спосіб», «образ», «вид») – це засіб передачі інформації, під яким розуміють текст, звук, відеоряд тощо, характерною та ключовою ознакою якого є можливість уміщувати й передавати значення. Очевидним є і той факт, що до одного комунікативного акту залучено декілька модусів водночас, завдяки яким і формується мультимодальність.

Вагомість кожного модусу різна, а рівень його семантичного потенціалу залежить безпосередньо від конкретного комунікативного акту. Одні модуси значно збільшують імовірність кращого та швидшого сприйняття інформації, інші можуть уповільнити цей процес або ж узагалі заважати йому. Різні модуси можуть продукувати різні значення. Варто звернути увагу й на те, що ці значення накладаються одне на одне для створення єдності смислу повідомлення. Їхню комбінацію можна трактувати як складний і цілеспрямований процес, який має, по-перше, донести суть до потенційного адресата, апелювати до його свідомості, спонукати до дій, часто таких, які комерційно привабливі адресанту, у тому разі, якщо йдеться про рекламу. Вочевидь, сукупність кількох правильно підібраних модусів як джерел одночасного впливу на аудиторію значно пришвидшує та покращує досягнення бажаного результату.

Як бачимо, у закордонних студіях немає універсального підходу до трактування цього поняття. Ш. Форсвіль вважає, що модуси

¹¹³ Там само.

пов'язані одне з одним завдяки органам чуття¹¹⁴. Саме такий підхід, на думку вченого, є базовим, якщо брати до уваги когнітивний вектор аналізу. Дослідник переконаний, що існують значні відмінності між органами чуття, тому єдиний підхід до трактування модусу навряд чи можливий. Г. Кресс вважає, що на це питання немає однозначної відповіді¹¹⁵. К. Джейвітт¹¹⁶ і С. Норріс¹¹⁷ наголошують, що трактування модусу залежить від контексту та від вектора аналізу (дискурс-аналіз, соціально-семіотичний чи інтеракційний аналіз).

Зазначимо, що, коли йдеться про модус, К. Джейвітт¹¹⁸ удається до детального трактування семіотичних ресурсів. На питання, що таке модус, у Г. Кресса виникає 2 інші: чи певна етнічна група регулярно використовує ресурси модусу і чи модус виконує три функції: ідейну, міжособистісну та смислову? Якщо модус відповідає цим вимогам, тоді його можна вважати таким¹¹⁹. Ч. Форсевіль схиляється до думки, що до модусних категорій належать пікторіальні та писемні знаки; жести; звуки; музика; запахи; смаки; дотики¹²⁰.

Р. Пейдж ототожнює модуси із семіотичними ресурсами та зазначає, що модус – це система вибору (засобу/засобів – Л. М.), які використовують для того, щоб передати значення. Ми підтримуємо думку Р. Пейджа про те, що модус – це відкритий нескінченний

¹¹⁴ Forceville C. Non-verbal and Multimodal Metaphor in a Cognitivist Framework: Agendas for research. *Cognitive Linguistics: Current Applications and Future Perspectives* / eds. G. Kristiansen et al. Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2006. P. 383.

¹¹⁵ Kress G. Multimodality. *Multiliteracies: Learning Literacy and the Design of Social Futures* / ed. by B. Cope, M. Kalantzis. Melbourne : Macmillan, 2000. P. 182–202.

¹¹⁶ Jewitt C. The Routledge Handbook of Multimodal Analysis. Abingdon, Oxon; Milton Park, Oxfordshire : Routledge, 2014. 544 p.

¹¹⁷ Norris S. Modal Density and Modal Configurations: Multimodal Actions. *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis* / ed. by C. Jewitt. London ; New York : Routledge, 2009. P. 78–91.

¹¹⁸ Jewitt C. The Routledge Handbook of Multimodal Analysis. Abingdon, Oxon; Milton Park, Oxfordshire : Routledge, 2014. P. 21–22.

¹¹⁹ Kress G. Multimodality. *Multiliteracies: Learning Literacy and the Design of Social Futures* / ed. by B. Cope, M. Kalantzis. Melbourne : Macmillan, 2000. P. 182–202.

¹²⁰ Forceville C. Non-verbal and Multimodal Metaphor in a Cognitivist Framework: Agendas for research. *Cognitive Linguistics: Current Applications and Future Perspectives* / eds. G. Kristiansen et al. Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2006. P. 383.

набір засобів, який відрізняється від системи до системи, але не обмежується мовою, зображенням, кольором, друком, музикою, голосом, одягом, жестами, просторовими ресурсами, парфумами та національною кухнею¹²¹. Отже, модус – це певний сет ресурсів, які належать до однієї системи і здатні передавати значення, сполучатися водночас як з одиницями системи, до якої входять, так і, за потреби, з іншими, що належать до інших систем. Окремими групами модусів є вербальні одиниці, цифри, знаки пунктуації, фотосвітлини, піктограми тощо.

Семіотичні ресурси – одне із ключових понять у мультимодальній лінгвістиці. Під ними Т. ван Лівен розуміє дії предмети (речі), продукти людської діяльності, які використовують із комунікативною метою та продукуються фізіологічно; наприклад, наш артикуляційний апарат чи мускули уможливають відповідні вирази обличчя й жести; наприклад, до технічних комунікативних ресурсів належать ручка, чорнило чи комп'ютерне апаратне та програмне забезпечення¹²².

Принагідно зауважимо, що семіотичні ресурси є об'єктом аналізу кількох споріднених одна з одною лінгвістичних галузей. Поруч із мультимодальною лінгвістикою також співіснують візуальна лінгвістика та візуальна комунікація, графічна лінгвістика, паралінгвістика, комп'ютерна паралінгвістика, невербальна семіотика, соціальна семіотика, когнітивна семіотика, медіалінгвістика й інтернет-лінгвістика. Під час комунікації використовують декілька ресурсів водночас, поєднання яких залежить від низки чинників. Передусім ідеться про канал, здатний належним чином підтримувати функціонування різних засобів. Варто зважати й на можливі варіанти їхньої сумісності. Ідеться про співіснування кількох засобів в одній або різних площинах, покликаних реалізувати поставлену мету й донести до потенційного адресата інформацію.

Семіотичні ресурси гетерогенні. Закономірно, що їхній спектр досить широкий та не обмежується лише однією сферою використання. Послугуватися ними чи ні в конкретній ситуації залежить від адресата. Загалом усі семіотичні ресурси можна

¹²¹ New Perspectives on Narrative and Multimodality / ed. by R. Page. Routledge. 2010. 242 p.

¹²² Van Leeuwen T. Introducing Social Semiotics. London : Routledge, 2004. P. 285.

умовно поділити на три групи: ті, які використовують лише в усному мовленні; ті, що залучають лише в писемне; ті, якими користуються і в усному, і в писемному мовленні. У традиційному усному спілкуванні до семіотичних ресурсів, окрім мовлення, потрібно віднести темп і тембр голосу, міміку, жести, поставу, одяг адресата тощо. Залежно від цільового призначення, тематики й мети розмови, розкриття теми чи розв'язання відповідної проблеми потребує залучення додаткових елементів: відповідних презентацій і додаткових матеріалів, які демонструють аудиторії краще висвітлення тієї чи тієї проблеми.

Семіотичні ресурси – потужний інструмент інформаційного обміну, який здатен трансформувати комунікативні процеси. Отже, мовлення із суто мовного утворення переходить у комбіноване (вербально-невербальне), з відмінними правилами орфографії та синтаксису, які потребують нових, здавалося б, елементарних знань, умінь і навичок читання та письма. Отже, семіотичні ресурси – це інформативно місткі та семантично значущі гетерогенні комунікативні компоненти, які використовують під час усного та писемного мовлення (зображення, світлини, піктограми, жести, міміка обличчя тощо).

Семіотичні ресурси соціально й культурно вмотивовані, тому в них часто відбито специфіку спільноти, яка ними послуговується. Вибір залежить від багатьох чинників. Передусім ідеться про частотність їх використання представниками різних етнічних груп. Що більше їх залучають до процесу спілкування, то звичніші вони стають. Однак одні семіотичні ресурси є невід'ємними складниками в окремих каналах зв'язку, перетворюються таким способом із тимчасових на постійні, інші ж – змінні та факультативні. Один текст може містити різні знаки, які належать до цілком відмінних систем. Проте цей чинник не впливає на його формування. У ньому зазвичай вдало співіснують низка засобів, узятих із кількох окремих систем.

Така тенденція текстотворення не виняток із правил, а навпаки, сприяє побудові неординарного оригінального тексту, здатного перенести потенційного читача до ірреального світу, апелювати до його почуттів, бажань, викликати позитивні чи негативні емоції, даючи змогу пізнати щось нове і, ймовірно, натрапити на щось, що вже є добре відомим та сприятиме швидкому сприйняттю завдяки оптимальному добору відповідних засобів, які відповідають двом пріоритетним принципам сучасного текстотворення: економії та візуалізації. Реалізація значення також відбувається завдяки

успішно продуманій конфігурації модусів. Крім того, воно залежить і від контексту та здебільшого соціально й культурно залежне, часто прив'язане до конкретної ситуації, часових меж та етнічних реалій.

Як відомо, ключову роль у теорії мультимодальності відіграє значення, сутність якого визначається всіма модусами, вербальними й невербальними, які мають різні плани вираження, проте однаковий план змісту. Тому для них характерні парадигматичні зв'язки. Невербальним графічним знакам притаманні синонімія, антонімія, полісемія, омонімія. Сукупність цих засобів, які використовують у межах одного тексту, засвідчує потребу нових підходів та векторів аналізу традиційних лінгвістичних понять і явищ, які в інформаційне століття не залишилися осторонь, зазнали очевидних модифікацій.

З огляду на означені підходи вважаємо, що семіотичні ресурси – це інформативно місткі та семантично значущі гетерогенні комунікативні компоненти, які використовують під час усного та писемного мовлення (зображення, піктограми, жести тощо). Не менш важливе поняття мультимодальної лінгвістики – *модальна сумісність*, у межах якої, власне, і визначається доцільність використання того чи того модусу з урахуванням преференцій, традицій і звичаїв етнічних спільнот, а також актуальних подій, які відбуваються в їхньому суспільно-політичному, мистецькому, спортивному житті.

Модальна сумісність – ключовий концепт, який визначає ступінь інтерсеміотичної кореляції різних модусів: кількох невербальних і вербального або лише кількох невербальних та паравербальних водночас. Під модальною сумісністю розуміємо можливість семіотичних ресурсів сполучатися один з одним, не суперечити водночас як у плані вираження, так і у плані змісту.

Поняття *мультимодальна грамотність*, на відміну від низки споріднених із ним, узагальнене. Воно найбільш універсальне, порівняно з іншими, і може бути навіть взаємозамінним. Термін *мультимодальна грамотність*¹²³ можна вважати й макропоняттям, яке охоплює кілька мікропонять (друкована грамотність, візуальна

¹²³ Макарук Л.Л. Мультимодальна грамотність у цифровому столітті. *Наукові записки національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна». Острог : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія», 2015. Вип. 54. С. 49–52.

грамотність, інформаційна грамотність, медіаграмотність, графічна грамотність, онлайн-грамотність).

Цілком погоджуємося з підходом Г. Кресс та Т. ван Лівен¹²⁴, які у своїх розвідках уживають термін *мультимодальна грамотність*. Зважаючи на те, що сучасне спілкування – і усне, і писемне – здебільшого гібридне, оскільки, крім лексичних, має і нелексичні одиниці (зображення, схеми, таблиці). Саме ця одиниця найкраще відображає сутність і специфічні ознаки комунікації та є універсальним терміном, який удало поєднує всі означені типи грамотності.

ВИСНОВКИ

У сучасних лінгвістичних розвідках правомірним вважаємо вживання поняття *мультимодальність*, хоча вітчизняні дослідники віддають перевагу терміну *полікодовість*, мотивують це тим, що мультимодальність передбачає активізацію декількох модальностей, а полікодовості властива одна (зорова) модальність. Акцентуємо увагу на доцільності вживання першого терміна, пояснюємо це такими причинами. По-перше, необхідністю уніфікувати категорійно-понятійний апарат, що дозволить уникнути термінологічного нагромадження. По-друге, специфіка аналізованого матеріалу (англомовний комунікативний простір) зумовлює потребу у використанні англомовної теоретико-методологічної бази дослідження.

Зважаючи на досвід зарубіжних учених, ми схильні до вживання терміна *мультимодальність*. На нашу думку, *мультимодальність* – універсальне лінгвістичне поняття, яке відображає симбіотичні процеси, характерні для сучасного спілкування.

Мультимодальність трактуємо як лінгвістичну дво- або мультимодусну перцептивну категорію, для якої характерна принаймні одна модальність. Під *мультимодальністю* ми також розуміємо співіснування різних за природою ресурсів, що належать до щонайменше двох систем, використаних під час комунікативних актів. Говорячи про усне мовлення, маємо на увазі мовні засоби як окрему систему знаків та їхні додаткові характеристики, наприклад голосові параметри (тон, темп, тембр), жести й міміку, просторові та часові характеристики, тактильні параметри тощо, фактично все, що набуває значення в комунікативному акті. У межах писемного мовлення, крім

¹²⁴ Kress G., Leeuwen van T. *Multimodal Discourse*. Bloomsbury Academic, 2001. 152 p.

вербальних графічних ресурсів, також використовують різнотипні зображення, урахують розміщення елементів на сторінці, розмір, позиціонування тексту, колір, шрифтові варіації тощо.

Гетерогенність ресурсів, їхня форма, розміри, структура та семантична місткість зумовлюють потребу в утвердженні нового напрямку мовознавства – мультимодальної лінгвістики, яка передбачає дослідження всіх можливих модусів спілкування. З огляду на різні аспекти, окреслені вище, вважаємо, що мультимодальна лінгвістика¹²⁵ є новим напрямом сучасного мовознавства, що покликаний різнобічно висвітлювати вектори, сфокусовані на дослідженні вербальних, невербальних та паравербальних засобів, які співфункціонують як в усному, так і в писемному мовленні. Ключовими поняттями, що формують термінологічний апарат мультимодальної лінгвістики є такі: *модус, семіотичний ресурс, модальна сумісність, модальність, мультимодальна грамотність.*

АНОТАЦІЯ

Роботу присвячено становленню та поетапному розвитку мультимодальної лінгвістики. Обґрунтовано ключові сфери, у рамках яких важливими є невербальні засоби, як в усному, так і в писемному мовленні. Розглянуто низку синонімічних понять, які позначають гетерогенні тексти, зокрема: «креолізованість», «полікодовість», «мультимодальність». Висвітлено підходи зарубіжних дослідників до трактування останнього. Встановлено, що «мультимодальність» є універсальним терміном, яким варто послуговуватися сучасним лінгвістам, щоб запобігти вживанню різних термінів на позначення того самого процесу або явища. Проаналізовано термінологічний апарат мультимодальної лінгвістики. З'ясовано, що її метамову становлять: модус, семіотичні ресурси, модальність, модальна сумісність, мультимодальна грамотність.

Література

1. Айнутдинов А.С. О феномене изображения в прессе (к методологии познания). *Вестник Челябинского государственного*

¹²⁵ Макарук Л.Л. Мультимодальна грамотність у цифровому столітті. *Наукові записки національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2015. Вип. 54. С. 49–52.

университета. Серия «Филология, искусствоведение». 2009. № 35. С. 5–10.

2. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : учебное пособие. Москва : Изд. центр «Академия», 2003. 128 с.

3. Арнольд И.В. Графические стилистические средства. *Иностранные языки в школе*. 1973. № 3. С. 13–20.

4. Артамонова І.М. Вербальний та іконічний комплекси як текстостворювальні чинники періодичного видання. *Поліграфія і видавнича справа*. 2007. Вип. 1 (45). С. 77–84.

5. Баранов А.Н., Паршин П.Б. Воздействующий потенциал варьирования в сфере метаграфемии. *Проблемы эффективности речевой коммуникации*. Москва : Изд-во АН СССР, 1989. С. 41–115.

6. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. Москва : Прогресс, 1989. 615 с.

7. Бахтин М.М. Литературно-критические статьи. Москва : Художественная литература, 1986. 543 с.

8. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. Москва, 2003. 174 с.

9. Бернацкая А.А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние. *Речевое общение: специализированный вестник* / Краснояр. гос. ун-т ; под ред. А.П. Сковородникова. Красноярск, 2000. Вып. 3 (11). С. 104–110.

10. Білецька О.В. Графічна форма постмодерністського художнього тексту крізь призму графічної лінгвістики. *Нова філологія*. 2014. № 60. С. 17–22.

11. Білюк І.Л. Вербальні і невербальні засоби брендингу Олімпіади. *Лінгвістика XXI ст.: нові дослідження і перспективи*. Київ : Логос. 2012. С. 60–67.

12. Большакова Л.С. О содержании понятия «поликодовый текст». *Вестник Новгородского государственного университета*. Серия «История. Филология». 2008. № 49. С. 48–51.

13. Большакина Л.М. Вербальное сопровождение фотоизображения в контексте основного корпуса текста. *Вопросы английской контекстологии*. 1990. Вып. 3. С. 73–78.

14. Бугаева М. Фотография как средство массовой информации. *Фотожурналист и время* : сборник статей. / сост. И.К. Красуцкий, Ю.Г. Пригожин. Москва : Планета, 1975. С. 97–102.

15. Валуенко Б.В. Выразительные средства набора в книге. Москва : Книга, 1976. 128 с.

16. Винокур Г.О. О языке художественной литературы. Москва : Высшая школа, 1991. 448 с.
17. Волоскович А.М. Иконотекст как разновидность полимодальной гибридации. *Вестник Московского государственного лингвистического университета*. 2011. Вып. 5 (611) : Языкознание. С. 25–36.
18. Воробйова М.В. Інтерсеміотичність та інтермедіальність: проблема диференціації. *RETRO. Ukraine, Crimea, Parthenit*. 2012. URL: http://retro.crimea.edu/publications/1_2012_vorobyova.doc (дата звернення: 12.10.2016).
19. Герчук Ю.Я. Художественная структура книги. Москва : Книга, 1984. 208 с.
20. Гетьман З.О. Тексти з іконічним компонентом як результат креолізації комунікації. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Серія «Іноземна філологія». 2006. № 40. С. 6–7.
21. Головина Л.В. Взаимовлияние иконических и вербальных знаков при смысловом восприятии текста : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Москва, 1986. 173 с.
22. Дьякова Е.Ю. Поликодовый текст в британском рекламном дискурсе сферы образования : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Воронеж, 2011. 25 с.
23. Ейгер Г.В., Юхт В.Л. К построению типологии текстов. *Лингвистика текста* : материалы Научной конференции при МГПИИЯ им. М. Тореза. Москва, 1974. Ч. I. С. 103–109.
24. Иванов В.В. Язык в сопоставлении с другими средствами передачи и хранения информации. *Доклады на конференции по обработке информации, машинному переводу и автоматическому чтению текста*. Москва : Изд-во АН СССР. 1961. Вып. 7. № 3. 44 с.
25. Ищук М.А. Гетерогенный текст: функции его составляющих. *Вестник Тверского государственного университета*. 2008. Вып. 13 С. 176–182.
26. Каратаева М.В. Онлайнвий відеожурнал “Louis Vuitton” як новий жанр віртуальної реклами: infotainment & edutainment. *Мовні і концептуальні картини світу*. Київ, 2013. № 43. Ч. 2. С. 147–152.
27. Карп М.А. Текстотвірні ознаки когезії та когерентності в англійських мультимодальних літературних казках (на матеріалі творчості Філіпа Арда) : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Одеса, 2016. 20 с.

28. Кибрик А.А. Мультимодальная лингвистика. 2014. URL: <https://postnauka.ru/faq/37543> (дата звернення: 04.12.2018).

29. Кияк-Редькович Л.Т. Полісеміотичність логотипів міст та брендів як тип візуально залежних текстів малої форми. *Лінгвістика XXI ст.: нові дослідження і перспективи*. 2009. № 3. С. 129–137.

30. Кнорозов Ю.В. Письменность индейцев майя. Москва : Изд-во АН СССР, 1963. 663 с.

31. Колегаева И.М. Музейный каталог как вид поликодового текста. *Записки з романо-германської філології*. Одеса : КП ОМД, 2014. Вип. 1 (32). С. 92–101.

32. Костенко Г.Т. Стилистические функции графических средств в языке английской рекламы. *Проблемы стилистического анализа текста*. Иркутск, 1979. С. 55–66.

33. Кузнецова М.О. Полікодовий характер вторинного дискурсу англomовних текстів жанру фентезі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологія». 2015. Вип. 58. С. 105–107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2015_58_41 (дата звернення: 19.02.2017).

34. Кулагина Е.В. Эволюция визуального текста. *Вестник Казанского университета искусств и культуры*. 2003. № 93. С. 64–66.

35. Ленкова Т.А. Интерпретирующий язык креолизованных текстов: семиотический аспект (на материале современной прессы Германии). *Вестник Челябинского государственного университета*. Серія «Филология. Искусствоведение». 2010. № 11 (192). С. 74–77.

36. Макарук Л.Л. Лінгвістична мультимодальність. *Мова та література у полікультурному просторі* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Львів : ГО «Наукова філологічна організація «Логос»», 2014. С. 98–102.

37. Макарук Л.Л. Мультимодальна грамотність у цифровому столітті. *Наукові записки національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна». 2015. Вип. 54. С. 49–52.

38. Макарук Л.Л. Мультимодальна лінгвістика: термінологічний апарат і вектори аналізу. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Серія «Філологічні науки. Мовознавство». 2015. № 6 (307). С. 64–70.

39. Макарук Л.Л. Мультимодальність та полікодовість у сучасних лінгвістичних студіях: школи, постаті, підходи. *Актуальні питання іноземної філології* : науковий журнал / редкол. : І.П. Біскуб (гол. ред.) та ін. Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2018. № 9. С. 133–142.

40. Макарук Л.Л. Мультимодальність сучасної англомовної масмедійної писемної комунікації : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 424 с.

41. Макарук Л.Л. Невербальні та паралінгвальні семіотичні ресурси у лінгвістичних студіях ХХ–ХХІ ст. : прикладний аспект. *Закарпатські філологічні студії* : збірник наукових праць Ужгородського національного університету. 2018. № 5. С. 66–72.

42. Маріна О.С. Семіотика парадоксальності у когнітивно-комунікативному висвітленні (на матеріалі сучасного англомовного поетичного дискурсу) : монографія. Херсон : Айлант, 2015. 298 с.

43. Марченко В.В., Нікитюк М.О. Структурні особливості полікодового рекламного тексту. *Молодий вчений*. 2018. № 7. С. 436–439.

44. Михеев А.В. О некоторых типах взаимодействия изображения и текста. *Типы коммуникации и содержательный аспект языка* : сборник научных трудов. Москва : Ин-т языкознания, 1987. С. 191–199.

45. Николаева Т.М. Письменная речь и специфика ее изучения. *Вопросы языкознания*. 1961. № 3. С. 78–86.

46. Пазолини П.П. Поэтическое кино. Строение фильма. Москва, 1985. С. 45–66.

47. Плотников Б.А. Авербальные формы письменного текста и их содержание. *О форме и содержании в языке*. Минск, 1989. С. 22–56.

48. Пойманова О.В. Семантическое пространство видео-вербального текста : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Москва, 1997. 237 с.

49. Протченко А.В. Типологические и функционально-стилистические характеристики англоязычного путеводителя : автореф. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Самара, 2006. 20 с.

50. Реформатский А.А. Техническая редакция книги. Теория и методика работы / под ред. Д.Л. Вейса. Москва : Гос. изд-во легкой промышленности, 1933. 414 с.

51. Сазонов В.В., Шошников К.Б. О соотношении вербальной и визуальной информации в прессе. Предмет семиотики. *Теоретические и практические проблемы взаимодействия средств в массовой коммуникации*. Москва : Изд-во МГУ, 1974. С. 374–389.

52. Семенюк Т.П. Інтерсеміотичні особливості письмової комунікації. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Серія «Філологічні науки». 2012. № 24 (249). С. 129–134.

53. Сидоров А.А. Книга и жизнь. Сборник книговедческих работ. Москва : Книга, 1972. 231 с.

54. Соколов Л.А. Теоретические проблемы иллюстрирования художественной литературы : автореф. ... дис. канд. искусствовед.: 17.00.05. Москва, 1985. 26 с.

55. Сонин А.Г. Восприятие поликодовых рекламных текстов : когнитивный аспект. *Вестник Московского государственного лингвистического университета*. Серия «Лингвистика». Москва, 2005. № 511. С. 84–92.

56. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. *Оптимизация речевого воздействия*. Москва : Наука, 1990. С. 180–195.

57. Томашевский Б.В. Теория литературы. Поэтика. Москва : Аспект Пресс, 1999. 334 с.

58. Шевченко І.С. Англомовний кінодискурс у полікодовому вимірі. *Якісна мовна освіта у сучасному глобалізованому світі: тенденції, виклики, перспективи* : матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Суми, 23–24 листопада 2017 р. / за ред. В.А. Глущенко. Суми : Сумський державний університет, 2017. С. 196–199.

59. Шубина Н.Л. Невербальная семиотика печатного текста как область лингвистического знания. *Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена*. 2009. № 97. С. 184–191.

60. Якобсон Р.О. Язык в отношении к другим системам коммуникации. *Избранные работы*. Москва, 1985. С. 306–330.

61. Baldry A., Thibault Paul J. Multimodal Transcription and Text Analysis: A Multimodal Toolkit and Coursebook with Associated On-line Course. London : Equinox, 2005. 300 p.

62. Bardin L. Le texte et l'image. *Communication et langages*. 1975. № 26. P. 98–112.

63. Barthes R. Image. Music. Text. London : Fontana, 1977. 220 p.

64. Barthes R. Rhetoric of the Image. *Image Music Text* / ed. by R. Barthes. London : Fontana, 1977. P. 32–51.

65. Bateman J. Text and Image: a Critical Introduction to the Visual / Verbal Divide. London ; New York : Routledge, 2014. P. 276.

66. Deborah W.R. Multimodal Interaction Analysis : the Affordances of Multimodal Interaction Analysis for Studying the Beginnings of Literacy. Essay. Peabody College. *Vanderbilt University*. 2012. P. 1–41.

67. Eco U. *Semiotics and the Philosophy of Language*. Bloomington : Indiana University Press, 1984. 242 p.
68. Forceville C. Non-verbal and Multimodal Metaphor in a Cognitivist Framework: Agendas for research. *Cognitive Linguistics : Current Applications and Future Perspectives* / eds. G. Kristiansen et al. Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2006. P. 379–402.
69. Gibbons A. *Multimodality, Cognition and Experimental Literature* / ed. by L.K. O'Halloran. New York ; London : Routledge, 2012. P. 1–46.
70. Halliday M.A.K. *An Introduction to Functional Grammar*. 2nd ed. London : Edward Arnold, 1994. 212 p.
71. Jewitt C. Bezemer J., O'Halloran K.L. *Introducing Multimodality*. London : Routledge, 2016. 232 p.
72. Jewitt C. *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. Abingdon, Oxon ; Milton Park, Oxfordshire : Routledge, 2014. 544 p.
73. Kapr A. *Schrift und Buchkunst*. Leipzig : Fachbuchverlag, 1982. 367 p.
74. Kress G. *Literacy in the New Media Age*. London ; New York : Routledge, 2003. 208 p.
75. Kress G. *Multimodality. Multiliteracies: Learning Literacy and the Design of Social Futures* / ed. by B. Cope, M. Kalantzis. Melbourne : Macmillan, 2000. P. 182–202.
76. Kress G.R. What is a Mode? *Routledge Handbook of Multimodal Analysis* / ed. by C. Jewitt. London : Routledge, 2014. P. 60–75.
77. Kress G.R., Leeuwen van T. *Multimodal Discourse*. Bloomsbury Academic, 2001. 152 p.
78. Lakoff G. *Metaphors We Live by*. Chicago : University of Chicago Press, 1980. 256 p.
79. Multimodal Analysis Lab. URL: <http://multimodal-analysis-lab.org/concept/> (дата звернення: 02.09.2015).
80. *New Perspectives on Narrative and Multimodality* / ed. by R. Page. Routledge. 2010. 242 p.
81. Norris S. Modal Density and Modal Configurations: Multimodal Actions. *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis* / ed. by C. Jewitt. London ; New York : Routledge, 2009. P. 78–91.
82. O'Halloran K.L., Smith B.A. *Multimodal Studies: Exploring Issues and Domains*. London : Routledge, 2011. 270 p.
83. Serafini F., Clausen J. *Typography as Semiotic Resource*. *Journal of Visual Literacy*. 2012. № 31 (2). P. 1–16. DOI: 10.1080/23796529.2012.11674697.

84. The Power of Visual Communication. 2015.
URL: <http://www.hp.com/large/ipg/assets/bus-solutions/power-of-visual-communication.pdf> (дата звернення: 22.09.2015).

85. Van Leeuwen T. *Introducing Social Semiotics*. London : Routledge, 2004. 320 p.

86. Van Leeuwen T. Multimodality. *The Routledge Handbook of Applied Linguistics* / ed. J. Simpson. New York : Routledge, 2011. P. 668–682.

Information about the author:

Makaruk Larysa Leonidivna,

Doctor of Philology, Ph. D.,

Associate Professor at the Department of Applied Linguistics,

Dean of Foreign Philology Faculty

Lesya Ukrainka Volyn National University

13, Volia avenue, Lutsk, 43000, Ukraine