

## АНИМАЦІЙНИЙ ТЕКСТ ЯК РІЗНОВИД МЕДІАТЕКСТІВ

**Ключові слова:** анімаційний текст, медіатекст, полікодовий багатоканальний текст, аніматографічне мистецтво

**Key words:** animated text, media text, multimodal multichannel text, animation

У зв'язку з тим, що «система масової комунікації стає домінуючим фактором сучасної культури» [6, с. 295] у лінгвістиці активізуються дослідження текстів «масового споживання». У них різнобічного вивчення зазнає *медіатекст* – текст, що функціонує у масовій комунікації і призначений для одночасного зчитування зоровим для слуховим аналізаторами [2, 65; 7, 266].

До таких текстів можна віднести *анімаційний текст* (АТ) – складноструктурований пакет інформації, вербалізований засобами анімаційної мови у вигляді послідовності кадрів, пов'язаних єдиною ідеєю.

АТ доволі часто привертав увагу культурологів, мистецтвознавців та філософів (С. В. Асенін, Н. Г. Кривуля, Є. О. Попов, Ю. О. Симакова та ін.), і лише останнім часом почали з'являтися лінгвістичні розвідки творів анімації. Зокрема, досліджувалися особливості реалізації в анімаційному дискурсі комічного (М. М. Юрковська); також здійснене порівняльне дослідження американського та радянського анімаційного дискурсу (А. В. Легейда).

Сучасний АТ являє собою унікальний симбіоз усіх можливих видів мистецтва та технологічних нововведень [3; 8], що здатні транслявати повідомлення широкій аудиторії, тому природа його є доволі складною. З одного боку, АТ розглядається як вид інтеракції – дискурсивна практика, яка здійснюється в єдиному просторі культури і знаходиться в динамічних діалогічних відношеннях з іншими практиками, що утворюють загальний континуум [1, 4]. Як наслідок, він демонструє усі ознаки, притаманні медіатекстам: корпоративний характер виробництва, ідеологічний плюралізм, динамізм, специфіку засобів створення, багатоплановість, багатомірність, розширене трактування одиниць вербального рівня, включення до гіпертекстового потоку [5, 27]. Будучи витвором серійного виробництва, він відрізняється стереотипністю, схематичністю основних сюжетів, шаблонністю героїв, тиражованістю прийомів [4, 206].

АТ призначений для демонстрації на екрані будь-якого електронного пристрою, що дозволяє використовувати для кодування інформації зображення та звук. Тому типовий АТ кваліфікується нами як полікодовий багатоканальний текст – комунікативний феномен, в якому інформація об'єктивується знаками різних семіотичних систем, утворюючи структурне, семантичне, функціональне ціле, що комплексно діє на органи чуттів адресата.

З іншого боку, будучи витвором аніматографічного мистецтва, АТ має здатність виступати засобом художнього спілкування, виконуючи функцію естетизації комунікації.

Аніматографічна комунікація має вигляд дискурсу у формі діалогу автора та глядача, засобом якого виступає АТ, створений за допомогою цілої низки художніх засобів, як вербальних, так і невербальних. Ці засоби наразі перетворилися на самостійні культурно- та психологічно-значущі знаки, які поряд з функцією об'єктивації повідомлення автора, отримали здатність виконувати функцію створення власного повідомлення, що нашаровується на першопочатковий зміст. Такими є мовна символіка, символіка кольору, здатність кольору та мелодії впливати на психіку, психологічний вплив композиції кадру, вплив відтворюваних у АТ міміки, жестів та інших невербальних знаків на інтерпретацію повідомлення та ситуації комунікації тощо. У зв'язку із зазначеним стає можливим говорити про особливу *анімаційну мову* як представника мови мистецтва, що зазнає впливу мов живопису, музики, художньої літератури (зокрема поезії), театру, танцю, кінематографу тощо і являє собою самобутню розгалужену парадигматично упорядковану знакову систему, яка стає єдиним засобом взаємодії глядачів з анімаційним середовищем [8, 14; 9, 29].

АТ відрізняється і великою інформаційною насиченістю, яка передбачає досить високий рівень глядача, здатного прочитувати численні й різнопланові знаки програми інтерпретації тексту. Інформаційний потенціал АТ (актуальна інформація, концептуальна інформація, підтекст) формується й актуалізується у діалозі адресанта й адресата як соціально та культурно детермінованих особистостей. Їх здатність використовувати та впізнавати у тексті «сліди» інших текстів дає змогу говорити про інтертекстуальність, яка на смисловому рівні служить для збагачення АТ інформацією інших текстів. Причому арсенал засобів інтертекстуальності такого тексту є багатшим порівняно з багатьма іншими типами текстів, адже це не тільки відомі мовні засоби, але й численні візуально- й аудіально-образні засоби (зображення обстановки, персонажів, їх кінесика, тембр голосу, відомі мелодії тощо).

Як бачимо, АТ являє собою феномен масової культури розрахований від початку на масового глядача. При цьому, він відрізняється досить високим рівнем художності, що дозволяє йому виконувати роль засобу художньої комунікації, а тому він може бути кваліфікованим як твір масового мистецтва чи художній медіатекст, розрахований на сприйняття як візуально, так і аудіально.

### Література:

1. Ермилова Г.И. Постмодернизм и воплощение его основных принципов в современной анимации. Дис. ... канд. филос. наук. М., 2006. 164 с.
2. Казак М.Ю. Современные медиатексты: проблемы идентификации, делимитации, типологии / М.Ю. Казак // Медиалингвистика: Научный журнал международной медиалингвистической комиссии Международного комитета славистов (под патронатом ЮНЕСКО). №1(4). 2014. С. 65–76.
3. Кривуля Н.Г. Эволюция художественных моделей в процессе развития мировых аниматографий. Автореф. ... докт. Искусствоведения. М., 2009. 60 с.
4. Крижовецкая О.М. Современная беллетристика: дискурс и навратив / О.М. Крижовецкая // Критика и семиотика. 2009. Вып. 13. С. 204–212.

5. Мельник Г.С. Медиа́тэкст как объект лингвистических исследований / Г.С. Мельник // Журналистский ежегодник. 2012. №1. С. 27–29.
6. Миронов В.В. Средства массовой коммуникации как зеркало поп-культуры /В.В. Миронов // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов/ Под ред. М.Н. Володиной. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. С. 295–314.
7. Палиенко А.В. Типология медиа́тэкстов /А.В. Палиенко // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2013. Вип. 28 (81). С. 266–272.
8. Попов Е.А. Анимационное произведение: типология и эволюция образных средств. Автореф. канд. искусствовед. СПб., 2011. 24 с.
9. Шакарова М.А. Современный мультсериал как средство развития игровой деятельности дошкольников /М.А. Шакарова // Вопросы образования. Письма в журнал: ежегод. прил. 2010. С. 29–37.