

## ВИЗУАЛЬНОСТЬ В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ПРОЕКЦИИ

**В. Е. Чернявская**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,  
Россия

chernyavskaya\_ve@spbstu.ru

Исследование проведено при финансовой поддержке  
Российского научного фонда в рамках проекта № 18-18-00114

Теоретический контекст рассуждений в рамках публикации задан современным пониманием мультимодальной / поликодовой природы человеческой коммуникации. В статье поликодовость рассматривается применительно к вербально-визуальным текстам. Анализируется роль визуального изображения в конструировании человеческого опыта и знаний. Исследовательский вопрос связан с тем, как в социокультурном пространстве действующие участники коммуникации выражают и интерпретируют смыслы с помощью визуального ресурса. Методологические основы анализа заданы социальной семиотикой, лингвистикой текста, культурной семиотикой, культуроведческой лингвистикой.

Показывается, во-первых, как на современном исследовательском этапе внутри науки о языке осмыслена роль визуальной составляющей в создании текстуальности. Внутри лингвистики методологический приоритет сместился с признания языка главным кодом и архимедиумом коммуникации на изучение языка вместе с возможностями другого семиотического ресурса, а именно визуальной презентации смыслов и идентичностей. В результате анализа систематизированы основные направления изучения визуальности в лингвистике текста, стилистике, когнитивных исследованиях с начала 2000-х гг. и сформулированы выводы о роли визуального ресурса в создании текстуальности. В лингвистике важным объектом изучения становятся поликодовые тексты, структура которых состоит из семиотически разнородных частей и содержательно-смысловое единство образуется языковыми и неязыковыми знаками. Поликодовость дает значимый и интересный материал для междисциплинарных исследований, когда вербальный и визуальный компоненты текстового целого создают неразрывное интегративное единство. Глубинная связность текста не сводится к механическому сложению языковых и визуальных знаков. Исследованный материал показывает такие коммуникативные ситуации, когда в интерпретации смысла высказывания невозможно говорить о визуальном ресурсе отдельно от языковых знаков.

Во-вторых, в анализе показано, что вербально-визуальные тексты могут становиться прецедентными, то есть надындивидуальными, укорененными в культурной практике. Они участвуют в интертекстуальном диалоге и трансляции человеческого опыта и знаний. В этой связи объяснительные

возможности получает понятие «интериконичность», или «визуальная интертекстуальность». В ее основе лежит процесс интерсемиозиса, то есть перенос значений и смыслов, выраженных в одной знаковой системе, в другую. Рассматривается интериконичное построение смысла высказывания через интерпретацию и трансформацию существующих визуальных изображений. Интериконичность в таком ракурсе показывает еще один ракурс интертекстуальности как диалогического взаимодействия смысловых систем и культурных кодов.

Изучение визуальности вносит вклад в теоретическое осмысление того, как возникает и функционирует общее, разделяемое с другими участниками культурного сообщества знание. Экспансия изображения в социальных практиках требует от участников коммуникации определенных компетенций и отрефлексированного визуального опыта.

**Ключевые слова:** поликодовость, визуальная интертекстуальность, интериконичность, социокультурный контекст.

---

## IMAGE AND VISUALITY IN SOCIOCULTURAL DIMENSION

**Valeria Chernyavskaya**

Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University,  
Saint Petersburg, Russian Federation  
chernyavskaya\_ve@spbstu.ru

The article discusses the challenges and opportunities posed by the visual turn and visual studies in the investigation of communication. The theoretical framework of the article was found in the modern concepts of multimodal communication. The article focuses on the role of a visual image in shaping our sociocultural experience and knowledge. The main research question is as follows: how communicative actors produce and interpret meanings through visual images. Visuality is considered as a semiotic resource of meaning making that is socially constructed and culturally given. The article looks at images as they are context sensitive and represent information from the sociocultural environment. The methodology of the present analysis is in line with social and cultural semiotics, and reflects the main principles of text and cultural linguistics. The findings and implications can be summarized as follows. First, the article sketches out a linguistic, or, to be more precise, text linguistic, view on multimodality and summarizes the main approaches to the visual medium of communication compared with language. The point of departure is a methodological shift within linguistics from logocentrism towards multimodality and visual resources of meaning making. In the research papers in the 2000s, linguists also legitimized the pictorial and multimodal turn. Visuality is now

at the cross-point of research interests of many modern disciplines such as text linguistics, stylistics, cognitive linguistics. Multimodal texts are considered a crucial object to investigate the meaning making in its sociocultural embeddedness. Second, the suggested inquiry is in line with the issue of intericonicity and reveals the explanatory charge of visual intertextuality. I show that pictures, image-language links may emerge as rooted in certain sociocultural practices as a part of the cultural knowledge of communicators. That means they may be dependent upon the knowledge of previously encountered texts or meanings. Visual intertextuality is considered a form of intericonicity, which reflects the intersemiotic translation of verbal signs by means of signs of nonverbal sign systems. I show visual intertextuality in current Russian communicative practice as a means of meaning making through reference on images or image-language links. A conclusion looks at some requirements and directions for further research. Images may provide a new access point to investigation of the cognitive dimension of meaning making and its sociocultural dimension. They allow us to observe the forms in which socially shaped and shared experience is fixed. The visual resource provides an access to contextualization: images are context sensitive and context embedded. The use and interpretation of images gives a special angle for the active, social construction of reality through semiotic (visual) resources.

**Keywords:** multimodality, visual intertextuality, intericonicity, sociocultural context.

DOI 10.23951/2312-7899-2021-2-96-109

## Введение

Предлагаемый анализ обращен к вопросам визуальной коммуникации с точки зрения лингвистики, точнее, из глубины науки о языке, сформировавшей и длительное время поддерживающей тезис о приоритете логоцентризма и о приоритете языка как «архимедидума» коммуникации. В сегодняшнем исследовательском контексте отношение к визуальному модусу коммуникации со стороны лингвистов определенно изменилось. Публикации 1990-х и начала 2000-х гг. указывали на проблематичность картинки как объекта исследований, связанных с языком, высказывали сомнения о праве лингвиста заниматься визуальными текстами (см. обзор точек зрения в [Rose 2001; Schmitz 2004; Stöckl 2009]). Сегодня в гуманитаристике и в общественных науках можно констатировать растущую популярность визуальных методик анализа, о чем свидетельствует

значительное количество сложившихся в интернациональном пространстве научных журналов, например: *Visual Communication*, *Visual Studies*, *Visual Anthropology*, *Visual Anthropology Review*, *The Journal of Visual Culture* и др. Специалисты говорят о «визуальной коммуникации», «визуальной аргументации», «визуальной риторике», «визуальной метафоре», «визуальном дискурсе» как новых объектах анализа, дающих в том числе новые точки доступа к пониманию динамических процессов языковой коммуникации. Значимость визуального изображения в прикладных исследованиях возросла благодаря развитию новых медиальных форматов, визуальных технологий и электронной среды, того, что называется дигитальная культура. Как следствие, стимулируется и академическая дискуссия в семиотике, лингвистике, теории коммуникации, антропологии, культурологии. Вместе с продвижением дискурсивных исследований на смену «логоцентризму» пришли «мультиmodalность», «поликодовость» как ключевые слова в объяснении процессов понимания и смыслопорождения [Iedema 2003; Jancsary, Höllerer, Meyer 2016; Kress 2010; Kress, van Leeuwen 2001; Liu, O'Halloran 2009]. Предлагаемый анализ выполнен с этих позиций и ориентирован на принципиальную поликодовую природу коммуникативной деятельности.

Исследовательский вопрос связан с тем, как в социокультурных практиках действующие участники коммуникации выражают и интерпретируют смыслы с помощью визуального ресурса. Цель анализа в рамках публикации состоит в том, чтобы показать, как визуальное изображение участвует в конструировании человеческого опыта и знаний. Это может быть показано с опорой на понятие интериконичности, или визуальной интертекстуальности. В ее основе лежит процесс интерсемиозиса, то есть перенос значений и смыслов, выраженных в одной знаковой системе, в другую. В результате создаются поликодовые тексты, структура которых состоит из семиотически разнородных частей и содержательно смысловое единство образуется языковыми и неязыковыми знаками.

Анализ обращен к вербально-визуальным текстам. Показывается, во-первых, как на современном этапе внутри науки о языке осмыслена роль визуальной составляющей в создании текстуальности, и во-вторых, представляется интериконичное построение смысла высказывания через интерпретацию и трансформацию существующих визуальных изображений. Материал для анализа заимствован из актуальной российской практики.

## Методологические основания анализа

Методологические основы анализа в широком смысле заданы социальной семиотикой в традиции М. А. К. Хэллдея, Г. Кресса, Р. Ходжа, культурной семиотикой по Ю. М. Лотману, Б. А. Успенскому, лингвистикой текста, согласуются с основными подходами в социолингвистике и метапрагматике, обзор развития идей представлен в [Молодыченко 2017; Чернявская 2020; Kuße, Chernyavskaya 2019; Gasparyan, Cherniavskaia 2014]. В социально-семиотической перспективе изображение – это часть социальной практики. Визуальность рассматривается как сложившийся в рамках определенной культуры семиотический ресурс смыслообразования (ср.: «socially shaped and culturally given semiotic resource of making meaning» [Kress 2010, 79]). В социальном пространстве визуальное становится значимым элементом социальных структур и частью смысла наряду с языковым значением. В такой проекции анализ предполагает внимание к ситуативному и интертекстуальному знанию участников коммуникации и объясняет, что понимание – это результат адекватно установленных отношений между высказыванием и его социально обусловленной ситуацией.

### Визуальный поворот: от логоцентризма к поликодовости

Вопрос о том, как визуальный образ функционирует в культуре, в социальных практиках стал центральным и уже в значительной мере отрефлексирован в тех исследованиях, которые складывались с конца 1990-х гг. в рамках так называемого визуального, или иконического и мультимодального поворота (visual turn, iconic turn, pictorial turn, multimodal turn) в социальных и гуманитарных науках. За терминологическими различиями стоят некоторые различия в теоретической ориентации и методологических акцентах. Аналитический обзор различий американских и европейских теоретических подходов в изучении понятий «pictorial turn» и «visual turn» см. в [Инишев 2012, 185–190].

Используемый термин «поворот» означает сдвиг, концентрацию аналитических усилий и одновременно критический взгляд на новом предмете. Визуальный поворот, как отмечают специалисты, позиционируется как противовес лингвистическому повороту. Последний в свое время выдвинул в центр внимания фундаменталь-

ную роль языка в конструировании наших представлений о реальности и постулировал, что мы видим мир через язык. Этот подход не остался неизменным в том числе внутри лингвистических разработок. Визуальный вектор междисциплинарных исследований приводит к тезису о том, что нам нужен непосредственный контакт с миром, не опосредованный языком. Сегодня можно констатировать, что внутри лингвистики также сместился акцент с признания языка главным кодом и архимедиумом коммуникации на изучение возможностей другого медиума – визуальной презентации смыслов и идентичностей. Здесь принципиально значимо понимание медиума не только как посредника, средства передачи смыслов, но и как среды и способа смысловыражения. Медиальность – это привязанность смысла к определенному формату, его оформленность особыми семиотическими ресурсами. В свою очередь мультимодальность, или в другой терминологии поликодовость, – это особый принцип коммуникации, который и делает коммуникацию таковой, то есть возможной, достижимой для понимания ее участников<sup>1</sup>. Смысл транслируется по множеству каналов [Norris 2012; Pauwels 2010; Stocchetti, Kukkonen 2011; Chernyavskaya 2020].

В результате дискуссий 1990–2010 гг. была отрефлексирована и теоретически представлена значимость разделения труда между словом и изображением. Основные выводы могут быть систематизированы так.

Первое. Изображение обеспечивает непосредственный контакт человека с миром. В этой связи можно вспомнить объяснение Ю. М. Лотмана: «Изобразительные знаки обладают тем преимуществом, что, подразумевая внешнее, наглядное сходство между обозначаемым и обозначающим, структурой знака и его содержанием, они не требуют для понимания сложных кодов (наивному адресату подобного сообщения кажется, что он вообще не пользуется в данном случае никаким кодом)» [Лотман 1970, 66].

Второе. Иконический характер визуального дает внешнее сходство с материальной реальностью и, значит, поддерживает фактографичность, достоверность сообщения, выражаемого визуальными средствами. Визуальный канал информации сокращает возможную асимметрию в передаче значений и смыслов, которая порождается качеством коммуникативного канала<sup>2</sup>. Визуальное в разных формах – живопись, фотография, видеоряд, документальные фильмы

<sup>1</sup> Ср.: «multimodality is a cultural technique, a competence which guarantees communication and mutual intelligibility» [Stöckl 2009, 206].

<sup>2</sup> Ср.: «reduces the discrepancy between the world depicted and the medium used» [Stöckl 2009, 205].

и т. д. – вовлечено в создание доверия, доказательности. Создается особый эффект или модус присутствия зрителя в отражаемой реальности. Изображение действует как инструмент открытости и прозрачности.

Третье. Языковой текст (письменный или устный) создает линейный, последовательно отраженный образ реальности («linear, additive, sequential»). Визуальный текст создает ее пространственный, объемный, синхронный образ<sup>3</sup>. Пространственный характер визуального текста помогает сделать видимыми причинные, атрибутивные отношения между фактами и процессами реального мира.

В этой проекции в когнитивной лингвистике в 2000-е гг. разрабатывается подход к визуальности в перспективе концептуальной метафоры: метафора имеет как вербальное, так и невербальное выражение, визуальный модус. Внимание к невербальной метафоре – это необходимое звено в когнитивных исследованиях. Особые объяснительные возможности связываются с визуальной метонимией. Для понимания метонимии существенно, что она рассматривается не только и не столько как фигура замещения, когда часть представляет целое по смежности, сопредельности, вовлеченности в общую ситуацию, сколько как когнитивная операция инференции, позволяющая видеть компоненты смысла. Метонимия показывает границы ситуации, в которой должно происходить понимание. Она создает ситуативный, событийный фрейм с информацией о причинно-следственных, обстоятельственных, ассоциативных отношениях. В отличие от слова и его символического характера, визуальный ресурс иконичен и метонимичен [Feng 2017, 445]. Визуальное смыслопорождение метонимично по сути<sup>4</sup>.

Методологически значимые выводы медиального (визуального) поворота для лингвистики лежат в основе современных представле-

<sup>3</sup> Ср.: «spatial, holistic, simultaneous representation of social reality» [Meyer et al. 2018, 395–401].

<sup>4</sup> В объяснении этого утверждения помогают очень интересные наблюдения историка М. В. Нечкиной, сделанные в 1968 г. Она обратила внимание на то, как отражается в иллюстрациях хрестоматийное стихотворение Н. Некрасова «Однажды в студёную зимнюю пору...» 1861 г.:

Однажды, в студёную зимнюю пору / Я из лесу вышел; был сильный мороз. / Гляжу, поднимается медленно в гору / Лошадка, везущая хворосту воз. / И, шествуя важно, в спокойствии чинном, / Лошадку ведёт под уздцы мужичок / В больших сапогах, в полшубке овчинном, / В больших рукавицах... а сам с ноготок!

Вербально рисуется образ мальчика с тремя характерными признаками – большие сапоги, овчинный полшубок, большие рукавицы. При этом, как заметила Нечкина, всегда на всех иллюстрациях, которые сопровождали и прижизненные издания книг Некрасова XIX века, и в дальнейшем во всех изданиях, хрестоматиях некрасовский персонаж изображался с шапкой на голове. В тексте шапка не упоминается, но шапка в облике мальчика бесспорна, не подвергается сомнению, шапка – часть ситуативного контекста, «зима студёная», и русской зимой надевают шапки [Нечкина 1968]. Здесь картинка фактографично и объективно отражает ситуацию с ее необходимыми составляющими.

ний о текстуальности. Изображение вместе с языковыми знаками участвует в создании текстовой связности, формальной и глубинной. Сложилась представления о визуальных объектах как семиотических объектах, в которых действуют особые правила соединения формы и значения, так называемая «визуальная грамматика» [Kress, van Leeuwen 1996; Kress, van Leeuwen 2006]. Используются понятия *поликодовый текст*, *бимедиальный*, *полимедиальный*, *мультимедиальный текст*, *вербально-визуальный текст*, показывающие, что когерентность высказывания не создается только языковой составляющей. Материя текста сложена из разных элементов, ее шрифтовое, цветовое, графическое оформление включено в сферу интересов лингвистики и влияет на выводы относительно процессов понимания. Между языковым и визуальным компонентом текстового целого возможны разные семантические отношения: интегративные отношения, дополнение, контраст, отношения двойного кодирования. Последнее наиболее проработано в исследованиях визуализации в рекламе, когда вербальный компонент, например «Enjoy Coca-Cola», сопровождается изображением счастливых лиц людей-потребителей продукта [Молодыхенко 2019; Mitchell 1994; Schmitz 2004; Stöckl 2009].

На современном этапе в фокусе исследований находятся все более усложняющиеся отношения вербального и визуального в социокультурных практиках. Визуальная информация, визуальный опыт участников коммуникации учитываются как существенные при выражении смыслов. Совокупность многих связей, воспоминаний, ассоциаций, прошлого опыта, то есть дискурс, нужен потому, что только внутри него возможно увидеть место отдельного высказывания и адекватно понять выражаемое «здесь и сейчас». Неязыковые знаки и формы активно используются, чтобы конструировать ценности и идентичности.

Вербально-визуальные тексты могут получать статус прецедентных текстов, то есть становиться укорененными и общеизвестными в определенной социокультурной практике, узнаваемыми ее участниками. Понятие «прецедентный текст» вошло в российский исследовательский контекст благодаря Ю. Н. Караулову и совпадает с представлениями об интертексте и интертекстуальности в широком научном обозрении. Прецедентные тексты имеют надындивидуальный характер, известны и значимы для людей, объединенных общей коммуникативной и культурной практикой. Они создают «презумпцию интертекстуальности», которая входит в предречевую готовность человека.



## Интериконичность как способ построения смысла

Интересным объектом анализа в этой связи является интериконичность или, в другой терминологии, визуальная интертекстуальность. Под интериконичностью понимается диалогическое взаимодействие различных знаковых систем. В основе интериконичности лежит интерсемиотический перевод значений и смыслов из одной знаковой системы в другую, если следовать определению интерсемиозиса по Р. Якобсону: «Интерсемиотический перевод – это интерпретация вербальных знаков посредством знаков невербальной системы»<sup>5</sup> [Jakobson 2004, 139].

Интериконичность представляет способ построения смысла высказывания через интерпретацию и трансформацию существующих визуальных изображений – картин, плакатов, карикатур и т. п. Это заимствование визуального компонента и ее диалогическая трансформация внутри структуры другого текста<sup>6</sup>. Возможно цитирование, то есть буквальное воспроизведение фрагмента одного текста в другом, пародирование, смысловой контраст. В этом смысле интериконичность показывает еще один ракурс интертекстуальности, того понятия, которое с самым широким охватом используется для обозначения семиотического универсума, вбирающего в себя все смысловые системы и культурные коды. Интериконичность интересна, поскольку позволяет показать, как с помощью визуального ресурса создаются и интерпретируются смыслы. С опорой на интериконичность выявляется контекстуальная обусловленность интерпретации визуального знака. Чтобы понимать изображение, адресат нуждается в контексте, в который оно включено как его, контекста, составляющая и его отражение. То, как визуальные прецедентные тексты действуют в современном социокультурном контексте, показывает следующий пример социальной рекламы Санкт-Петербургской региональной общественной благотворительной организации «Ночлежка». Организация оказывает помощь бездомным людям и активно привлекает внимание горожан к этой проблеме. Рекламные плакаты организации неоднократно отмечались на международном фестивале социальной рекламы «П.О.Р.А». В 2013 г. сильный резонанс в социальных сетях и отклик в обществе вызвало такое граффити (ил. 1), размещенное в городе на временных заборах: *«Граждане! При нашем равнодушии эта сторона жизни наиболее опасна. Ежегодно на улицах Петербурга умирает более 4000 бездомных»*.

<sup>5</sup> Ср.: «intersemiotic translation is an interpretation of verbal signs by means of signs of nonverbal sign systems» [Jakobson 2004, 139].

<sup>6</sup> Подробнее: [Чернявская 2012; Iedema 2003; Liu, O'Halloran 2009].



Ил. 1. Граффити-акция «Эта сторона жизни», 2013 год.

Из открытых источников: <https://www.asi.org.ru/news/2013/10/15/sotsial-naya-reklama-nochlezhki-v-zashhitu-bezdomny-h-pobedila-na-mezhdunarodnom-festivale-p-o-r-a/>

Плакат обращается к исторической памяти петербуржцев о блокаде. Цитируется изображение части городской стены в блокадном Ленинграде с надписью «Граждане! При артобстреле эта сторона улицы наиболее опасна», известной каждому ленинградцу и петербуржцу, сохраняемой в современном Санкт-Петербурге на нескольких улицах (ил. 2). Такие надписи наносились в войну гражданами города – бойцами противовоздушной обороны с помощью трафарета и краски на наиболее опасных и обстреливаемых сторонах улиц.



Ил. 2. Санкт-Петербург, Невский проспект, дом 14.

Из открытых источников: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/71/Nevsky-14\\_Blockade\\_Sign.jpg/1024px-Nevsky-14\\_Blockade\\_Sign.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/71/Nevsky-14_Blockade_Sign.jpg/1024px-Nevsky-14_Blockade_Sign.jpg)

Новый текст диалогически заимствует вербальный компонент блокадной таблички и точно воспроизводит визуальную ее составляющую, повторяет цветовые характеристики, фактуру шрифта – трафаретной надписи, фактуру фона городской стены.

В анализе этой ситуации центральное значение получают три аспекта.

Первое, мы наблюдаем прецедентный вербально-визуальный текст. Восприятие и понимание современного текста – социальной рекламы, вывод его смысла («месседжа») возможны только с опорой на знание прецедентного текста – блокадной надписи. Интертекстуальное знание об исторической, культурной, ситуативной обусловленности высказывания, его предыстории обуславливает понимание. Диалог текстов – современного и из прошлого – возможен только при условии интертекстуальной компетенции участников коммуникации. Визуальная интертекстуальность показывает базовый принцип межтекстового диалога в современной практике: чем больше мы знаем, тем больше мы видим.

Второе, вербальный и визуальный компоненты создают неразрывное интегративное единство. Это не отношения двойного кодирования, когда картинка повторяет содержание, выраженное языковыми знаками, дублирует его. Здесь в интерпретации смысла высказывания невозможно говорить о визуальном ресурсе отдельно от языковых знаков. Создается такая глубинная связность текста, которая не сводится к механическому сложению языковых и визуальных знаков. Исключение изображения из текста, созданного в социальной рекламе «Ночлежки», поменяло бы его выразительную силу. Именно визуальное изображение становится индексом, отсылающим к «своему» контексту. В тексте социальной рекламы максимально точно, можно сказать, точно и эмоционально направленно отражен «ленинградский дискурс» милосердия и человеческой солидарности. Заметим, что эта социальная акция была в ряду многих других акций «Ночлежки»: например, исторические парковые статуи в Летнем саду Санкт-Петербурга получили на один день таблички с надписью «Искусство охраняется. Человек беззащитен»<sup>7</sup>. Примечательно, что именно социальная реклама-цитата вызвала наибольший резонанс и отклик. По данным газеты «Фонтанка.ру» от 13.06.2015, после этой акции посещаемость сайта благотворительной организации выросла в 12 раз, а объем переведенных интернет-платежей и пожертвований увеличился в три раза<sup>8</sup>. Реакция

<sup>7</sup> Источник: <https://homeless.ru/>

<sup>8</sup> Источник: <https://www.fontanka.ru/2015/06/13/013/>

со стороны общества и то, что можно назвать посткоммуникативным эффектом, очевидный аргумент в пользу прецедентной укорененности визуального изображения.

Третье, визуальный образ выполняет индексальную функцию, он указывает на релевантный контекст, который задает рамки и перспективу для интерпретации содержания, выраженного в языковой и визуальной форме. Визуальный образ – это социальный индекс.

### **Заключение**

Визуальный поворот, став общим для гуманитарных и социальных теорий и прикладных исследований, сфокусировал значимость изображения в конструировании и понимании смыслов. В современных практиках визуальный модус коммуникации становится не менее значимым, чем ее языковой модус. При этом визуальный образ не может и не должен рассматриваться как изолированная часть коммуникации, автономность визуального канала не означает его изолированность от языкового ресурса.

Изображение дает точку доступа к наблюдению за тем, как в интерсемиотическом процессе соединяются вместе индивидуально-личностный и социальный опыт человека. Анализ визуального ресурса дает подход к изучению контекстуализации как необходимого условия понимания. Внутри лингвистических концепций сложилось понимание того, что языковое значение знака раскрывается в ситуации, требует контекст. По аналогии с этим можно говорить и том, что картинка, становясь структурным элементом связного дискурса, не работает на понимание без своего контекста. Картинка также нуждается в контексте.

Изучение визуальности вносит вклад в теоретическое осмысление того, как возникает и далее функционирует общее, разделяемое с другими участниками культурного сообщества знание. Экспансия изображения в социальных практиках требует от участников коммуникации определенных компетенций и отрефлексированного визуального опыта. Такие компетенции предполагают способность выводить и интерпретировать социальные, идеологические, политические импликации образов, понимать оценочные установки, стоящие за визуальным оформлением смыслов.

## БИБЛИОГРАФИЯ

- Инишев 2012 – *Инишев И. Н.* «Иконический поворот» в теориях культуры и общества // *Логос*. 2012. № 1 (85). С. 184–211.
- Лотман 1970 – *Лотман Ю. М.* Структура художественного текста. М.: Искусство. 1970.
- Молодыченко 2017 – *Молодыченко Е. Н.* Идентичность и дискурс: от социальной теории к практике лингвистического анализа // *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки*. 2017. 8 (3). С. 122–133. DOI: 10.18721/Jhss.8312.
- Молодыченко 2019 – *Молодыченко Е. Н.* Коммуникативно-прагматические особенности «лайфстайл-инструкции» как интернет-жанра в культуре потребления // *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2019. № 57. С. 79–102. DOI: 10.17223/19986645/57/5.
- Нечкина 1968 – *Нечкина М. В.* Функция художественного образа в историческом процессе // *Содружество наук и тайны творчества* / Ред. Б. С. Мейлах. Москва: Искусство. 1968. С. 61–98.
- Чернявская 2012 – *Чернявская В. Е.* Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия. М.: Флинта. 2012.
- Чернявская 2020 – *Чернявская В. Е.* Метапрагматика коммуникации: когда автор приносит свое значение, а адресат свой контекст // *Вестник СПбГУ. Язык и литература*. 2020. № 1. С. 135–147.
- Gasparyan, Cherniavskaia 2014 – *Gasparyan G., Cherniavskaia V.* Text as coexistence in discourse // *Voprosy Kognitivnoi Lingvistiki*. 2014. 4. pp. 44–51.
- Iedema 2003 – *Iedema R.* Multimodality, resemiotization: Extending the analysis of discourse as multisemiotic practice // *Visual Communication*. 2 (1). pp. 29–57.
- Kuße, Chernyavskaya 2019 – *Kuße H., Chernyavskaya V.* Culture: Towards its explanatory charge in discourse linguistics // *Vestnik Sankt-Petersburgskogo Universiteta. Yazyk i Literatura*. № 3 (16). pp. 444–462.
- Feng 2017 – *Feng W. D.* Metonymy and visual representation: towards a social semiotic framework of visual metonymy // *Visual Communication*. 2017. 16 (4). pp. 441–466.
- Jakobson 2004 (1959) – *Jacobson R.* On linguistic aspects of translation // L. Venuti (Ed.), *The Translation Studies Reader*. New York & London: Routledge. 2004. 2nd edition. pp. 138–143.
- Jancsary, Höllerer, Meyer 2016 – *Jancsary D., Höllerer M. A., Meyer R. E.* Critical analysis of visual and multimodal texts // R. Wodak, M. Meyer

- (Eds.) *Methods of critical discourse studies* London: SAGE Publications. 2016. (3rd ed.). pp. 180–204.
- Kress 2010 – *Kress G. Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication.* Abingdon, UK: Routledge. 2010
- Kress, van Leeuwen 2001 – *Kress G., van Leeuwen T. Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication.* London: Arnold. 2001.
- Kress, van Leeuwen 2006 – *Kress G., van Leeuwen T. Reading images. The grammar of visual design.* London: Routledge. 1996 1st ed.; 2006 2nd ed.
- Liu, O'Halloran 2009 – *Liu Y., O'Halloran K. Intersemiotic texture: Analyzing cohesive devices between language and images // Social Semiotics.* 2009. 19 (4). pp. 367–388.
- Meyer et al. 2018 – *Meyer R. E., Jancsary, D. Höllerer, M. A., Boxenbaum E. The role of verbal and visual text in the process of institutionalization // Academy of Management Review.* 2018. № 43 (3). pp. 392–418.
- Mitchell 1994 – *Mitchell W. J. T. Picture Theory: Essays on Visual and Verbal Representation.* Chicago & London: University of Chicago Press. 1994.
- Norris 2012 – *Norris S. (Ed.) Multimodality in Practice: Investigating Theory-in-Practice-through-Methodology.* New York and Abingdon: Routledge. 2012.
- Rose 2001 – *Rose G. Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials.* London: Sage. 2001.
- Pauwels 2010 – *Pauwels L. Visual Sociology Reframed: An Analytical Synthesis and Discussion of Visual Methods in Social and Cultural Research // Sociological Methods and Research.* 2010. № 38 (4). pp. 545–581.
- Schmitz 2004 – *Schmitz U. Sprache in modernen Medien. Einführung in Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen.* Berlin: Erich Schmidt. 2004.
- Stocchetti, Kukkonen 2011 – *Stocchetti M., Kukkonen K. (eds). Images in Use: Towards the Critical Analysis of Visual Communication.* Amsterdam/Philadelphia, PA: John Benjamins. 2011.
- Stöckl 2009 – *Stöckl H. The language-image-text – Theoretical and analytical inroads into semiotic complexity // Arbeiten aus Anglistik und Amerikanistik.* 2009. № 34 (2). pp. 203–226.

Материал поступил в редакцию 14.01.2020

Материал поступил в редакцию после рецензирования 12.12.2020