

МУЛЬТИМОДАЛЬНІСТЬ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНА РИСА ВЕБ-САЙТІВ ЕКОЛОГІЧНОЇ ТЕМАТИКИ

Розвиток комп'ютерних технологій на початку ХХІ ст. здійснює революційний вплив на комунікацію та способи передачі інформації. Поява електронного каналу обміну даними відкриває безпрецедентні засоби для створення та сприйняття повідомлення. Зростання ролі візуальної інформації та комп'ютерної графіки накладають відбиток на специфіку графічної організації електронного тексту, який поєднує в собі різні семіотичні системи: вербальний текст, фото, графічні, аудіо- та відео елементи, та стає мультимодальним. *Мультимодальним* називається текст, зміст якого розкривається за допомогою двох і більше семіотичних систем [5: 177]. Всі семіотичні системи розуміються завдяки органам чуття (зору, слуху, нюху, дотику, смаку), однак вони переплітаються та можуть сприйматися різними способами.

Семіотичні системи, і мультимодальний текст зокрема, виконують принаймні 3 основні функції: 1) формування понять (*ideational*); 2) створення інтеракції між комунікантами (*interpersonal*); 3) організація та структурування тексту (*textual*) [4: 26].

До мультимодальних текстів належать карти, таблиці, рекламні плакати, газетні шпальти, сторінки журналів, твори мистецтва тощо. Найяскравішим прикладом реалізації мультимодальності тексту є веб-сайт, в межах якого можлива інтеграція кількох абсолютно різних семіотичних систем, оскільки він органічно поєднує в собі слова і тексти, пікторальні образи, засоби графічно-абстрактного характеру, звук та анімацію [3: 317].

Вебсайт – це гіпертекстове утворення електронної комунікативної діяльності, що перебуває в постійній динаміці та є реалізованим в сукупності взаємозалежних (тематично, семантично, інтенціонально, фізично) веб-сторінок [2: 7].

Зважаючи на зростаючу популярність мережі Інтернет як засобу спілкування, швидкість та легкість її здійснення, можливість креативного вираження завдяки комбінуванню різних семіотичних систем, все більше сфер комунікації звертається до всесвітньої павутини. Це дозволяє охопити значно ширшу аудиторію та відкриває нові горизонти для здійснення впливу на потенційного адресата.

Загострення екологічної ситуації в світі, зникнення з лиця землі все більшої кількості видів тварин і рослин та загроза існуванню самої людини створили ще одну сферу комунікації – *екологічну*. Екологічна тематика висвітлюється природоохоронними організаціями, ЗМІ, професійними екологами, аматорами, політиками і т.д. Перехід екологічної проблематики в мережу Інтернет забезпечує доступ до інтернаціональної аудиторії та новітніх засобів подачі інформації, представленої на сторінках веб-сайтів екологічного спрямування, що реалізуються в різних Інтернет-жанрах. Завдяки електронному каналу поширення такої

інформації, принцип мультимодальності простежується на всіх веб-сайтах екологічної тематики.

Поняття (мульти) модальності у вузькому сенсі слова відноситься до розмежування між людськими органами чуття, в першу чергу зоровим і слуховим каналами. Проте в рамках кожного з цих каналів є подальші, дрібніші відмінності, які також охоплюються поняттям мультимодальних. Так, в мовленні присутній сегментний (вербальний) компонент і безліч несегментних (просодичних) параметрів. Візуальний канал включає жестикуляцію, погляд, міміку і інші аспекти "мови тіла". Письмовий дискурс, також сприймається візуально і, окрім вербального компонента, включає цілий набір графічних параметрів, таких як шрифт, кольори, формат і т. д. Сучасне поняття мультимодальності включає все це різноманіття [1].

Прикладом втілення принципу мультимодальності в процесі висвітлення екологічної проблематики є веб-сайти міжнародних неурядових природоохоронних організацій.

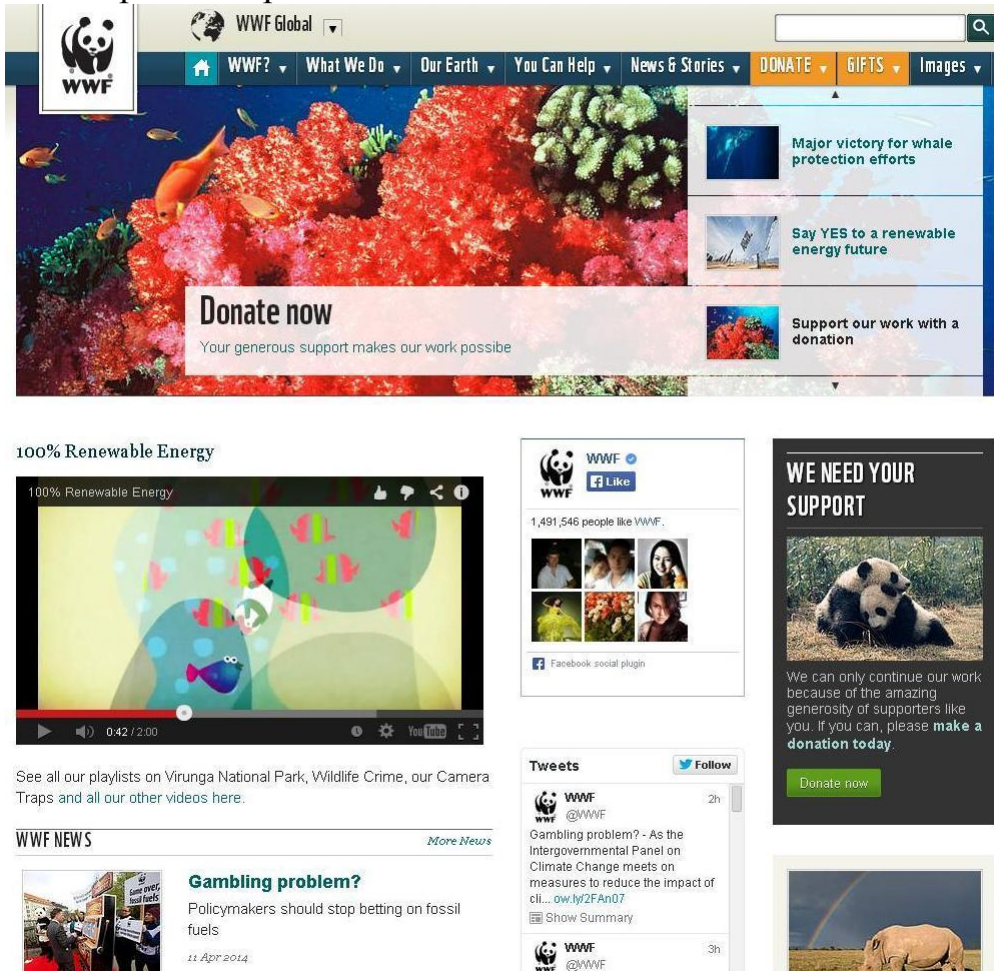


Рис. 1. Офіційний веб-сайт міжнародної природоохоронної організації WWF

Так, наприклад, на домашніх сторінках сайтів природоохоронних організацій Greenpeace та WWF завжди відображається інформація про кампанію, в якій організація задіяна в даний момент, в презентації якої вдало поєднуються різні

семіотичні системи: текст, зображення та відео. Веб-сайти природоохоронної тематики характеризуються помірним співвідношенням між текстом, іконічними (фотографіями) та мультимедійними (відеофрагментами) засобами. Присутність в них графіків, формул, географічних карт, статистичних даних та посилань на відомих вчених пояснюється, з нашої точки зору, спрямованістю таких текстів на масову аудиторію, привернення уваги та апеляцію не лише до емоційної, але й до інтелектуальної сфери адресата. Активно використовуються також графічні засоби: різноманітні шрифти, кольори тощо. Вербальний текст може супроводжуватись відеосюжетами та слайд-шоу з місця подій, роликами екологічної реклами, новинними сюжетами чи інтерв'ю з відомими людьми, природоохоронцями, політиками тощо.

Отже, ми можемо зробити висновок, що веб-сайти екологічного спрямування мають мультимодальну природу. Інтеграція вербальних елементів та фото, аудіо- і відеоматеріалів дозволяє ефективно впливати та потенційного адресата, змінювати його ставлення до навколишнього середовища та формувати нову систему цінностей, в якій людина житиме в гармонії з природою.

Перспективами подальших досліджень вбачаємо вивчення композиційної специфіки веб-сайтів екологічної тематики та особливостей розміщення вербальних, візуальних та аудіовізуальних елементів відносно один одного та відносно сайту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Кибрик А. А. Мультимодальна лінгвістика / А. А. Кибрик // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ilingran.ru/kibrik/Multimodal@Cog_Studies_2010.pdf
2. Матвеева С. В. Сайт як жанр Інтернет-комунікації (на матеріалі персональних сайтів учених): автореф. дис... канд. філол. наук: спец.10.02.15 – "Загальне мовознавство" / С. В. Матвеева. – Донецький національний університет. – Донецьк, 2006. – 16 с.
3. Яхонтова Т. В. Лінгвістична генологія наукової комунікації: [монографія]/ Т. В. Яхонтова. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. – 420 с.
4. Ventola Eija, Charles Cassily, Kaltenbacher Martin Perspectives on Multimodality. – John Benjamins Publishing, 2004 - 249 p.
5. [Gunther R. Kress](#), [Theo Van Leeuwen](#) Reading Images: The Grammar of Visual Design. – Routledge, 2006. – 291 p.