

ный интеллекты. По набранным баллам с учетом значимости можно всё просуммировать и получить одно число.

При всех достоинствах данной методики у нее есть недостаток – это необходимость присутствия при оценке некоторых типов интеллекта лиц, которые будут организовывать данное задание, т.е. трудность полной автоматизации заданий и присутствие доли субъективизма при оценке.

При всех достоинствах данной методики у нее есть недостаток: необходимость присутствия при оценке некоторых типов интеллекта лиц, которые будут организовывать данное задание. В связи с этим появляется сложность при оценке результатов (присутствует доля субъективизма) и невозможность полной автоматизации заданий.

УДК 008:316.77

Магистрант Ю. Н. Морковко  
Науч. рук. доц. П. М. Бурак  
(кафедра философии и права, БГТУ)

## **СИНТЕЗ ВЕРБАЛЬНОЙ И НЕВЕРБАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА: НОВЫЙ УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ АУДИТОРИИ**

Раскрытие механизмов синтеза вербальной и невербальной информации в современных медиа, являющееся основной задачей данной статьи, достигается благодаря содержательной интерпретации соответствующего понятийного аппарата. Поэтому автор, в порядке последовательности логических процедур построения связанной текстовой конструкции, использует прием фиксации определений важнейших понятий.

**Медиа** – всевозможные средства массовой коммуникации, активно используемые современным обществом.

**Коммуникация** (от лат. *communicatio* – *сообщение, передача*) – общение, обмен мыслями, сведениями, идеями и так далее; передача того или иного содержания от одного сознания (коллективного или индивидуального) к другому посредством знаков [1].

Она является основой человеческой цивилизации и источником культуры. Благодаря развитой способности к общению каждый индивидуум способен перенимать коллективный опыт (зачастую опосредовано), что позволяет ему быстро адаптироваться и находить оптимальные пути для решения тех или иных задач, а также идти на компромиссы с другими членами общества.

Коммуникация возможна благодаря устройству человеческого сознания и мозга. Зоны мозга способны воспринимать различную ин-

формацию, поступающую через органы чувств, определять ее значимость и интерпретировать ее в соответствии с отражением механизмами функционирования психики. Особенность именно человеческого мозга состоит в том, что в нем присутствуют центры, отвечающие за восприятие и воспроизведение речи. Это «зона Брока» и «зона Вернике» [2; 3]. Человек повседневно использует слова для общения с себе подобными, но вербальная знаковая система – не единственная, способная передавать социально-важную информацию.

В целом существуют следующие типы языков [4]: *первичные* (*зрительные*: письменные (знаковые и цифровые); *звуковые* (речь)) и *вторичные*.

Вторичные языки основаны на таких системах, как:

1. **Визуальная (оптическая)**: особенности лица и черепа, телосложения; способы преобразования внешности; кинесика.

2. **Акустическая (звуковая)**: просодика; экстралингвистика.

3. **Тактильно-кинестезическая и терморецепторная**: такесика; физические воздействия.

4. **Ольфакторная и хеморецепторная**: система запахов.

5. **Проксемическая (дистантная)**: пространственная и временная организация общения [4; 5; 6].

При ежедневной коммуникации, как межличностной, так и массовой, особенно активно используются визуальные средства.

Однако особого внимания заслуживает канал массовой невербальной коммуникации, интегрированный в печатные медиа, который оказывает колоссальное влияние на аудиторию. Важную роль в смысловом восприятии издания выполняют его макет, художественно-графическое оформление, общий дизайн и даже шрифт заголовков и публикаций. Все они призваны пробудить у потребителя вполне конкретные смысловые ассоциации [7].

В качестве ведущих невербальных коммуникативных средств выступают любые иллюстрации. Изображения служат универсальным языком, общедоступным для понимания и легким для усвоения. Они передают информацию практически на любую тематику целостно и непосредственно. Также важны быстрота обработки визуальных данных и способность воздействовать на эмоциональную сферу потребителя [8].

Интерес представляют и тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной и невербальной), называемые *креолизированными* [9].

**Креолизованный текст** – текст, фактура которого состоит из двух разнородных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык).

К средствам креолизации вербальных текстов относятся изобразительные компоненты, соседствующие с вербальными и оказывающие существенное влияние на интерпретацию текста. Это шрифт, цвет, фон текста, пиктограммы, идеограммы, графическое оформление вербального текста.

Человек очень редко получает информацию, используя только лишь вербальное или невербальное восприятие: они задействованы одновременно и «работают» сообща. Чаще всего преобладает тот или иной способ – так, книга является скорее вербальным коммуникационным средством, запрещающая табличка с инфографикой – скорее невербальным.

Однако существуют и виды искусства, в которых возможности вербальной и невербальной (визуальной) коммуникации задействованы в основном в равной мере. Очевидный пример – кинематограф: сюжетная целостность фильма достигается не только посредством реплик актеров, но также за счет их движений, жестов, попадающих в кадр предметов-символов. Однако он слишком схож с реальными событиями человеческой жизни. Действие протекает в режиме реального времени, визуальный контакт с актером очень похож на визуальный контакт с собеседником. Здесь сложно вычленить специфическое взаимодействие слов и знаков иной природы, поскольку они стали слишком привычными для сознания человека.

Более наглядно иллюстрирует синтез невербальной визуальной информации и языковых средств другой вид искусства, принадлежащего к секвенционным (последовательным). Это сочетание картинок и слов – комикс.

**Комикс** – иллюстративные и другие изображения, сопоставленные рядом в продуманной последовательности для передачи информации и/или получения эстетического отклика от зрителя [10]. Информация на этом специфическом носителе передается сразу по двум каналам: вербальному и визуальному. С одной стороны, сведения сообщаются при помощи слов, когда указывается место и время действия, читатель многое узнает и из диалогов. С другой – повествование движется вперед за счет смены одних изображений другими, восприятие истории зависит от ракурсов рисунка, его цветов, стиля художника. Нередко комиксисты используют в своих работах и креа-

лизированный текст, чьи графическое и смысловое значения поддерживают друг друга.

Однако, в отличие от кино, комиксы активно взаимодействуют с воображением читателя. Из-за ограничений материального носителя художник запечатлевает только избранные моменты истории, «замораживая» героев в движении. То, что происходит между действиями, домысливает читатель. Он воображает не только пластику персонажей, темп их речи и прочее, но зачастую и «восстанавливает» целые вехи в историях. Подобный подход к использованию коммуникативных каналов дает интересный эффект: набор картинок и реплик становится единым целым только в сознании аудитории, история отпечатывается в памяти как непрерывный поток событий. Причем чем больше читателям приходится включать фантазию и «домысливание», тем легче он ассоциирует себя с происходящим в комиксе. Информация, представленная сразу несколькими способами и требующая активной обработки сознанием, как ни парадоксально это звучит, усваивается лучше всего и дольше остается в памяти. Можно предположить, что в недалеком будущем возможности синтеза коммуникационных каналов будут использоваться в полной мере.

Продукты масс-медиа, использующие стратегию синтеза вербальной и невербальной информации с целью активизировать воображение аудитории поднимают рядового читателя/зрителя с позиции потребителя и делают его в некоторой степени «соавтором». Таким образом раскрывается его креативный потенциал, развивается абстрактное и образное мышление. Все это оказывает благотворное влияние на ментальное взаимодействие членов общества на уровне массовой культуры. Вероятно, человечество продолжит придерживаться данной парадигмы развития, и в будущем будут изобретены еще более совершенные виды коммуникаций, позволяющие наиболее доступно донести свою мысль до другого человека за кратчайший срок.

## ЛИТЕРАТУРА

- 1 Философский энциклопедический словарь / под ред. Л. Ф. Ильичёва [и др.]. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – 836с.
- 2 Маклаков, А. Г. Общая психология: учебник для вузов / А. Г. Маклаков. – СПб.: Питер Пресс, 2008. – 584с.
- 3 Рамачандран, В. Мозг рассказывает. Что делает нас людьми / В. Рамачандран. – М.: Карьера Пресс, 2015. – 498с.

- 4 Лабунская, В. А. Невербальное поведение / В. А. Лабунская. – Ростов н/Д., 1986. – 250с.
- 5 Андреева, Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. – М., 1988. – 430с.
- 6 Крысько, В. Г. Социальная психология: словарь-справочник / В. Г. Крысько. – М., 2001. – 284с.
- 7 Андрианов, М. С. Невербальная коммуникация: психология и право / М. С. Андрианов. – М.: *Институт Общегуманитарных Исследований*, 2007. – 256с.
- 8 Анисимова, Е. Е. К вопросу о взаимодействии вербального и невербального в учебном тексте / Е. Е. Анисимова // Новое в коммуникативной лингвистике. – Вып. 447. – М.: МГЛУ, 1999. – С. 27–33.
- 9 Сорокин, Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия / под ред. Р. Г. Котова. – М.: Наука, 1990. – 240с.
- 10 McCloud, S. Understanding Comics: The Invisible Art / S. McCloud. – Northampton: Kitchen Sink Print, 1993. – 216с.

УДК 1.122/129

Магистрант Г. С. Сидорик  
Науч. рук. доц. П. М. Бурак  
(кафедра философии и права, БГТУ)

### **ИСТОРИЧЕСКИЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА, НЕОИНДУСТРИАЛИЗМ И ПЕРСПЕКТИВЫ НОВОЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ**

В настоящее время принято различать доиндустриальную (аграрную), индустриальную и постиндустриальную (информационную) цивилизации, представляющие собой последовательные ступени исторического развития общества.

Доиндустриальное общество – это общество, в котором экономика и культура основаны на ручном труде и ручной технике. Главным объектом производственной деятельности людей служила природа и, соответственно, ведущими являлись добывающие отрасли хозяйства. Главенствующее место в культуре занимала религия (на ранних стадиях — мифология). Древняя доиндустриальная культура была бесписьменной. А после создания письменности большинство населения в доиндустриальных обществах оставалось неграмотным или малограмотным. Экономика и культура доиндустриального общества развивались медленно.

Сущность индустриального общества проявляется в возникновении и развитии предпринимательского ресурса, как составляющей