

Научная статья

УДК 81`42

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-2-30-41

Когезия в кинодискурсе

Ольга Дмитриевна Прасолова

Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н. А. Добролюбова
Ниžний Новгород, Россия

prasolovaolga2014@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9304-5918>

Аннотация

Целью настоящей статьи является обзор существующих научных подходов к когезии в кинодискурсе, а именно таких его составляющих, как кинотекст, кинозаголовок, слоган, синопсис, рекламный плакат и рекламный ролик к кинофильму. В силу значимого положения, занимаемого кинематографом в современной культуре, изучение текстовых свойств кинофильма и сопутствующих ему текстовых форм является одной из наиболее актуальных исследовательских проблем. В центре внимания исследования находится история изучения категории когезии в вербальных текстах, когезивные средства поликодовых текстов и особенности реализации когезии в кинодискурсе и его составляющих. Обзор существующей научной литературы демонстрирует, что когезия рассматривается исследователями как категория, обеспечивающая формальное единство текста и способствующая успешной коммуникации. К способам реализации когезии относится широкий спектр лексико-грамматических явлений, дополняемый изобразительными и монтажными средствами в поликодовых и аудиовизуальных текстах. Анализ современных работ, посвященных когезии в кинодискурсе, позволяет утверждать, что дальнейшее развитие данного направления требует уточнения методологических оснований анализа, а также включения в сферу исследований таких составляющих кинодискурса, как заголовок, слоган, синопсис и кинопостер.

Ключевые слова

кинотекст, кинодискурс, когезия, полимодальность, мультимодальный дискурс-анализ

Для цитирования

Прасолова О. Д. Когезия в кинодискурсе // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 2. С. 30–41. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-2-30-41

Cohesion in Film Discourse

Olga D. Prasolova

N. A. Dobrolyubov Linguistics University of Nizhny Novgorod
Nizhny Novgorod, Russian Federation

prasolovaolga2014@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9304-5918>

Abstract

The aim of this article is to review the existing approaches towards the research of cohesion in film discourse, namely, in its constituent elements such as film text, title, tagline, synopsis, poster and trailer. The importance of cinema for modern culture makes the study of the textual features of the film and its paratexts, including such textual categories as cohesion, especially relevant. The review focuses on the history of research concerning cohesion in verbal texts, cohe-

© Прасолова О. Д., 2024

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 2
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 2

sive devices in multimodal texts as well as film discourse and its constituent parts. The overview of the existing body of works demonstrates that scholars regard cohesion as a category of text that ensures its formal unity and contributes to successful communication. The ways of expressing cohesion include a broad variety of lexical-grammatical units, complemented by graphic devices and editing techniques in multimodal and audiovisual texts. The analysis of the present body of works on cohesion in film discourse suggests that further advancement in this field requires a more precise methodological framework as well as inclusion of film title, tagline, synopsis and poster into the scope of research.

Keywords

film text, film discourse, cohesion, multimodality, multimodal discourse analysis

For citation

Prasolova O. D. Cohesion in film discourse. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 2, pp. 30–41. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-2-30-41

Введение

Последние десятилетия характеризуются повышенным вниманием ученых-лингвистов к произведениям кинематографа. В частности, исследователи все чаще обращаются к понятию *кинодискурс*, возникшему в результате расширения области изучения лингвистики кинотекста [Самкова, 2011] и позволяющему рассматривать кинофильм в совокупности с экстралингвистическими феноменами, а также в его взаимоотношении с другими текстами. Одним из наиболее перспективных направлений в области лингвистики кинодискурса является изучение смежных с кинофильмом текстов, окружающих и репрезентирующих его в информационном пространстве. Данные текстовые образования все чаще попадают в поле внимания исследователей, о чем свидетельствует наличие публикаций, посвященных кинозаголовку и синопсису [Анисимов, 2020], кинослогану [Mahlknecht, 2015], киноафише [Chen, Gao, 2014], а также трейлеру [Jensen, 2014; Wildfeuer, Pollaroli, 2017].

Переход к дискурсивному подходу не отменяет необходимости изучения текстуальных свойств фильма; напротив, вопрос о том, что обеспечивает текстовое единство кинофильма, сохраняет свою актуальность. Кроме того, расширение сферы исследования лингвистики кинодискурса и включение в нее таких компонентов, как кинозаголовки, кинослоган, синопсис, постер и трейлер, неизбежно поднимает вопрос об их статусе как текстовых образований. Предметом данной статьи является роль одной из основных текстовых категорий – когезии – в кинодискурсе и составляющих его элементах. Целью статьи является обзор существующих в современном языкознании подходов к изучению феномена когезии в семиотически осложненных текстах и, в частности, в кинотексте, а также в кинослогане, рекламном плакате и других составляющих кинодискурса.

В первой части статьи рассматривается история формирования теории когезии и описываются ранние подходы к изучению когезии как категории монокодовых вербальных текстов. Вторая часть посвящена понятию поликодовости и особенностям реализации когезии в семиотически осложненных печатных и аудиовизуальных текстах. Центральной темой третьей части является роль когезии в произведениях кинематографа, а также монокодовых, поликодовых и полимодальных текстах, составляющих кинодискурс. В заключении представлены выводы, полученные при обобщении проанализированного теоретического материала, и очерчиваются перспективы дальнейших исследований когезии в кинодискурсе.

1. Когезия как категория текста

В самом широком понимании когезия (от англ. *cohesion* – «цельность», «связанность») – это свойство текста, придающее ему смысловую целостность и отличающее его от простого набора высказываний. В зарубежной научной литературе основополагающим трудом по данной теме считается работа М. Халлидея и Р. Хасан [Halliday, Hasan, 1976]. Авторы понимают

когезию как семантическое отношение, существующее между единицами текста и обеспечивающее статус текста как целостной смысловой единицы. Сущностью данного отношения является зависимость интерпретации значения одного элемента от наличия другого. Так, в приведенном исследователями примере *Wash and core six cooking apples. Put them into a fireproof dish* референт местоимения *them* – шесть яблок – становится очевидным благодаря наличию знаменательного компонента (словосочетания *six cooking apples*), связанного с ним отношениями кореференции. Элементы текста образуют когезивную связь (*cohesive tie*), в которой один из них является *подразумевающим*, а другой – *подразумеваемым* [Halliday, Hasan, 1976. Р. 3–4]. Такие семантические связи образуют когезивные цепочки, пронизывающие большие фрагменты текста [Halliday, Hasan, 1976. Р. 15]. Авторы работы отмечают, что средства, используемые для создания связности в тексте, принадлежат нескольким сферам лексико-грамматической системы языка [Halliday, Hasan, 1976. Р. 28], при этом выделяются несколько видов грамматической когезии (референция, субституция и эллипсис), а также лексическая когезия и когезия, основанная на союзной связи, которая занимает среднее положение между грамматическим и лексическим полюсами [Halliday, Hasan, 1976. Р. 6].

Ряд исследователей полагает, что связность текста не проистекает из его формальных свойств, а конструируется реципиентом на основании его фоновых знаний, а также представлении об интенции автора текста, а внешние показатели когезии являются следствием смысловой общности речевого произведения [Carrell, 1982; Morgan, Sellner, 1980]. Представление о внутреннем единстве текста как о свойстве, отличном от внешней связности, служит основой разграничения когезии и *когерентности*: если первая проявляется на поверхностном уровне, то вторая основывается на совокупности концептов и отношений, формирующих мир смыслов, лежащий «за текстом», который отражает существующий в сознании говорящих образ действительности [De Beaugrande, Dressler, 1981. Р. 84–85]. С точки зрения ряда исследователей, когезия не является обязательным или достаточным условием обеспечения когерентности текста [Tanskanen, 2021; Schubert, Sanchez-Stockhammer, 2021]. С другой стороны, наличие средств когезии побуждает адресата искать интерпретацию текста, допускающую его толкование как связного, осмысленного речевого произведения, с опорой на контекст коммуникативной ситуации или даже при отсутствии таковой [Bublitz, 2011. Р. 42]. Таким образом, когезия неразрывно связана с когерентностью и является важнейшим фактором создания внутреннего единства текста в восприятии получателя.

В отечественном языкознании термин *когезия* был введен в оборот И. Р. Гальпериным, который дал ему следующее определение: «...когезия – это особые виды связи, обеспечивающие <...> логическую последовательность, <...> взаимозависимость отдельных сообщений, фактов, действий и пр.» [Гальперин, 2007. С. 74]. И. Р. Гальперин разработал собственную классификацию средств когезии, которая включает такие разряды, как традиционно-грамматические, логические, ассоциативные, образные, композиционно-структурные, стилистические и ритмикообразующие [Гальперин, 2007. С. 78]. Автор призывает не отождествлять когезию с *интеграцией*: первая обеспечивает связность отдельных отрывков текста, тогда как вторая представляет собой «объединение всех частей текста в целях достижения его целостности» и является, скорее, категорией психологического плана [Гальперин, 2007. С. 125], что сближает ее с понятием когерентности.

Когезия и когерентность текста неразрывно связаны с его коммуникативной функцией. Так, по замечанию В. Бублица, использование когезивных средств в сообщении способствует его восприятию получателем как когерентного текста, что, в свою очередь, стимулирует понимание содержания [Bublitz, 2015. С. 41]. Напротив, намеренное искажение связности текста мешает осуществлению заданной коммуникативной цели [Bublitz, 2015. С. 37]. Таким образом, одной из функций когезии является обеспечение успешного языкового взаимодействия.

Обобщая сказанное, отметим, что изучение когезии имеет длительную историю. Большинство исследователей когезия рассматривается как свойство текста, проявляющееся в наличии

формальных связей между его отрезками и играющее значительную роль в обеспечении его внутреннего единства, или когерентности. В существующих классификациях когезия представлена широким набором лексико-грамматических, стилистических, а также (в устной коммуникации) паралингвистических средств. Когезивные связи в последовательности высказываний придают связность тексту и способствуют осуществлению успешной коммуникации. В связи с распространением термина *текст* на неязыковые семиотические процессы и с возрастающей ролью семиотически гетерогенных текстовых образований, сочетающих вербальные и невербальные компоненты, возникла необходимость в изучении механизмов создания связности в семиотически осложненных текстах.

2. Когезия и семиотически гетерогенные тексты

Длительное время категория когезии рассматривалась применительно к вербальным, монокодовым речевым произведениям, в то время как средства, обеспечивающие связность семиотически осложненных текстов, оставались вне поля внимания исследователей. Однако в последние десятилетия, в особенности начиная с 2010-х гг., изучение когезии в полисемиотических текстах стало одним из наиболее актуальных и перспективных направлений исследований [Schubert, Sanchez-Stockhammer, 2021]. Появление работ, посвященных данной проблематике, связано с развитием таких направлений, как *социальная семиотика* и *мультимодальный дискурс-анализ*, в центре внимания которых находится взаимодействие элементов, принадлежащих различным семиотическим системам, в том числе устной или письменной речи, изображений, жестов и т. д., и обусловленное этим взаимодействием порождение смыслов [Kress, van Leeuwen 2006; Jewitt, Bezemer, O'Halloran, 2016]. При этом в фокусе исследований, помимо печатных текстов, находятся и аудиовизуальные материалы, рассмотрению которых в ракурсе когезии посвящена настоящая статья.

В отечественной научной литературе используется несколько терминов для обозначения семиотически неоднородных текстов. По отношению к ним нередко употребляется словосочетание *креолизованные тексты*, обозначающее текстовые образования, «в структурировании которых <...> задействованы коды разных семиотических систем» [Анисимова, 2003. С. 8]. Понятие *креолизованный текст* подвергалось критике по причине возможного смешения с социолингвистическим термином *креолизация*, в связи с чем за семиотически осложненными текстами также закрепилось название *поликодовых* [Чернявская, 2009. С. 88–90]. В зарубежной литературе устоявшимся является термин *мультимодальность* (англ. *multimodality*). Определяющее свойство мультимодальных, или *полимодальных*, текстов заключается в их одновременном воздействии на различные перцептивные каналы [Некрасова, 2014. С. 45]. В ряде работ зарубежных авторов понятию *модальность* дается более широкое определение, позволяющее характеризовать составляющие полимодального текста не только в зависимости от задействованных органов восприятия, но и от конкретного способа взаимодействия компонента текста и получателя [Tseng 2013; Bateman, Thiele, Akin, 2021]. Ряд исследователей считает необходимым разграничивать термины *поликодовый* и *мультимодальный* (или *полимодальный*) текст на основании различия модальности и кода. В частности, понятие *мультимодальность* нередко используется по отношению к устной речи, в то время как *поликодовыми* чаще называют письменные тексты, включающие изображения [Ирисханова, 2021. С. 18–19].

По замечанию Х. Штекля и Я. Пфлегинг, когезия и когерентность являются неотъемлемыми составляющими феномена полимодальности как такового. Как правило, полимодальность описывается как интеграция различных кодов в формальном, семантическом и коммуникативном отношении [Stöckl, Pflaeging, 2022. P. 2], что подразумевает наличие когерентного целого. Механизмы такой интеграции впервые раскрываются в работах Т. ван Леувена [van Leeuwen, 2005] и Т. Ройса [Royce, 2007]. В качестве компонентов когезии семиотически ге-

терогенных текстов Т. ван Леувен называет ритм, композицию и диалогическую структуру, а также особые виды семантической связи между единицами информации (англ. *information linking*) [van Leeuwen, 2005. P. 179]. Согласно автору, новая информация может раскрывать, уточнять или обобщать уже сказанное или вносить новые сведения, вступающие в отношения временных, причинно-следственных или других логических связей с уже имеющимися единицами информации. Автор характеризует первый вид отношений как *уточнение* (англ. *elaboration*), а второй – как *развитие* (англ. *extension*) [van Leeuwen, 2005. P. 222]. Анализируя поликодовые тексты, Т. Ройс основывается на работах М. Халлидея и Р. Хасан [Royce, 2007]. Автор рассматривает механизм семантической связи, существующей между вербальной и изобразительной составляющими поликодового сообщения, и утверждает, что связность семиотически осложненного текста обеспечивается за счет так называемой *интерсемиотической комплементарности* (*intersemiotic complementarity*). Интерсемиотическая комплементарность реализуется в наличии когезивных связей между элементами визуального сообщения и лексическими единицами текста, характеризующихся семантическими отношениями повтора, синонимии, антонимии, гипонимии («общее – частное») и меронимии («часть – целое»), а также коллокации, или совместной встречаемости [Royce, 2007. P. 70]. Так, визуальные элементы графика, отображающие динамику того или иного показателя, вступают в когезивную связь с лексическими единицами текста с семантикой повышения и понижения [Royce, 2007. P. 88].

Значимость работы Т. Ройса состоит в последовательном применении теории когезии к поликодовым текстам и теоретическом объяснении действия механизмов, обеспечивающим когезию элементов семиотически неоднородных текстов. Данная проблематика получила дальнейшее развитие в работах других авторов. Так, Лю Ю и К. Л. О'Хэллоран вводят понятие *интерсемиотической согласованности* (англ. *Intersemiotic Texture*), понимаемое как определяющее свойство семиотически осложненного текста, от которого зависит его целостность. Оно реализуется в тексте благодаря *средствам интерсемиотической когезии* (*Intersemiotic Cohesive Devices*), которые выступают как особые семантические отношения между вербальными и невербальными составляющими поликодового сообщения [Liu, O'Halloran, 2009. P. 370].

Х. Штёкль и Я. Пфлегинг подчеркивают, что ключевым фактором, определяющим использование когезивных средств в тексте, является жанр [Stöckl, Pflaeging, 2022. P. 4]. Исходя из этого положения, авторы формулируют свою систему принципов анализа когезии в печатной рекламе, в основе которой лежит классификация вербальных и невербальных элементов поликодового текста, вступающих в когезивные связи. В предложенной авторами модели учитывается композиция рекламного плаката, грамматические свойства его вербальных компонентов и семантика графической составляющей, анализируются виды дискурсивных отношений, в которые вступают элементы текста, рассматривается иерархия кодов семиотически осложненного текста, а также роль когезии в образовании мультимодальных риторических фигур [Stöckl, Pflaeging, 2022]. Ценность данной модели состоит в учете различных уровней рекламного сообщения и возможности применения ее принципов к анализу других жанров поликодовых текстов.

Таким образом, особенности и средства реализации когезии в поликодовых текстах достаточно подробно описаны в научной литературе. Смежной проблемной областью является когезивный аспект мультимодальности. В последнее десятилетие все большее количество исследований посвящается проблеме когезии в кинофильмах, видео- и телесообщениях, объединенных под общим названием аудиовизуальных текстов. Анализу подвергаются разнообразные жанры теле- и видеокommunikации, что позволяет выявить различные аспекты функционирования когезии в аудиовизуальных текстах. Так, К. Шуберт приходит к выводу, что когезия играет важную роль в осуществлении прагматической задачи политических рекламных роликов [Schubert, 2021]. В другой работе коллективом авторов рассматривается влияние когезии на эффективность передачи в жанре *видеообъяснения* (англ. *explanation video*); в частности, демонстрируется действие когезивных цепочек на примере раскрытия научных

концептов посредством использования диаграмм и устных пояснений [Bateman, Thiele, Akin, 2021]. Рассмотренные работы раскрывают разнообразие функций когезии в семиотически осложненных текстах, а также многообразие когезивных средств в различных жанрах аудиовизуальной коммуникации.

Появление новых работ, посвященных когезии в семиотически осложненных и, в частности, аудиовизуальных текстах, а также включение в сферу исследований все новых жанров семиотически гетерогенных текстов свидетельствует об активном развитии данного направления. Обзор существующих работ показывает, что используемые в тексте средства когезии и их функции являются специфичными для конкретного жанра, что указывает на необходимость дальнейшего изучения новых типов текстов. В следующем разделе будет рассмотрено, каким образом существующие исследования когезивных связей могут быть применены в отношении различных жанров кинодискурса.

3. Когезия в кинодискурсе и его составляющих

В научной литературе существуют различные трактовки понятия *кинодискурс*. Неоднозначность в определении этого термина соответствует ситуации, сложившейся вокруг трактовки понятия «дискурса вообще». Феномен дискурса понимается двояко: с одной стороны, он рассматривается как отдельное коммуникативное событие, осуществляющееся в рамках той или иной экстралингвистической ситуации, с другой – как общность тематически связанных текстов; причем данные определения могут дополнять друг друга [Чернявская, 2009. С. 147], высвечивая различные стороны одного явления. В соответствии с этим термин *кинодискурс* может одновременно использоваться в отношении коммуникативного процесса, протекающего посредством воспроизведения фильма, а также совокупности текстов, объединенных тем или иным параметром.

Центральным компонентом кинодискурса является *кинотекст*, понимаемый здесь как «связное, цельное и завершенное сообщение, выраженное при помощи вербальных <...> и невербальных <...> знаков», а также кинематографических кодов [Слышкин, Ефремова, 2004. С. 37]. Кинотекст представляет собой полисемиотическое образование, с одной стороны, обладающее общетекстовыми признаками, наиболее релевантным из которых в рамках данного обзора является *связность*, а с другой – отличающееся от монокодовых текстов наличием аудиовизуальной составляющей и технической сложностью воспроизведения.

Как демонстрирует в своей статье Р. Дженни, диалог персонажей фильма без визуального сопровождения не обладает ни формальной, ни содержательной связностью, которая, в свою очередь, достигается благодаря использованию кинематографических средств [Janney, 2010. Р. 2–3]. В своей работе автор рассматривает средства реализации когезии в кинофильме, опираясь на лингвистические концепции когезии. Исследователь выявляет кинематографические средства реализации типов когезии, выделенных М. Халлидеем и Р. Хасан. Так, отношения референции в фильме выражаются посредством невербального поведения актеров (жесты, направление взгляда), формата планов, использования различных ракурсов камеры и т. д. [Janney, 2010. Р. 9–11]. Эквивалентом эллипсиса как явления языка служит монтаж кадров, изображающих разделенные во времени события, особенно в сценах, где персонаж перемещается из одного места в другое [Janney, 2010. Р. 11]. Роль союзов и других коннекторов (*и, или, однако* и т. д.) выполняет определенный выбор монтажных кадров в сцене и использование различных техник монтажа [Janney, 2010. Р. 13–14]. Анализируя кинотекст, автор выделяет отношения *повтора* (англ. *reiteration*) и *коллокации*, которые рассматриваются в качестве аналога лексической когезии в вербальных текстах [Janney, 2010. Р. 17–19].

Специфика реализации когезии в кинотексте обусловлена тем, что в отличие от языка, где информация представлена дискретными единицами, сочетающимися в соответствии с прави-

лами логического синтаксиса, для фильма характерно более целостное отображение информации. С точки зрения психологии восприятия, концепты, реализуемые языковыми единицами, могут быть противопоставлены *перцептам* фильма – ментальным отображениям опыта восприятия, предшествующим когнитивным процессам более высокого порядка [Janney, 2010. Р. 21]. По наблюдению Р. Дженни, устная и письменная речь направлена на активацию в сознании получателя сообщения абстрактных схем, в то время как «язык кино» обращается к непосредственному опыту восприятия, что влияет и на использование различных когезивных средств.

К лингвистическому понятию когезии обращается и Ч. Цзэн [Tseng, 2013]. Объясняя, каким образом нарративные элементы фильма образуют связное повествование, автор предлагает трехуровневую модель, в которой когезивные цепочки, образованные повторным появлением элементов – персонажей, предметов, действий и локаций, образуют *паттерны действий* (англ. *action patterns*), типичные для разных социальных ситуаций и жанров, составляющих, в свою очередь, третий уровень структуры [Tseng, 2013. Р. 8].

В основе авторского подхода к анализу когезии в кинотексте лежит выявление семиотически разнородных средств, позволяющих идентифицировать объект, персонаж, место или время действия (англ. *identity tracking*), а также когезивных цепочек, образуемых ими в кинотексте. Так, появление в кадре автомобиля в совокупности с относящимися к нему местоимениями, которые использует персонаж, являются элементами когезивной цепочки «автомобиль», имеющей своим референтом соответствующий объект, присутствующий в фильме. Вступая в смысловые отношения с другими когезивными цепочками, данный элемент становится частью определенного семантического паттерна [Tseng, 2013. Р. 5–7]. Как показывают экспериментальные исследования, проведенные Цзэн, Лауброком и Бейтманом, модификация фрагментов кинотекста с целью изменения их когезивных паттернов влияет на способность зрителей интерпретировать содержание отрывков и направление их внимания при просмотре фильма [Tseng, Laubrock, Bateman, 2021]. Таким образом, когезия является необходимым свойством кинотекста, делающим его доступным для интерпретации реципиентом.

В силу того что дискурс может рассматриваться как совокупность текстов, объединенных общим признаком, представляется обоснованным включение в сферу кинодискурса паратекстов (термин Ж. Женетта, см. [Genette, 1997]), сопутствующих кинофильму: кинозаголовка, кинослогана, синопсиса, киноафиши и рекламного ролика. Эти моно- и поликодовые конструкты обладают тематической общностью с кинотекстом и служат средством репрезентации фильма в информационном пространстве, что обуславливает возможность их включения в структуру кинодискурса в качестве периферийных элементов. Несмотря на их значимость для коммерческого успеха картины, на настоящий момент особенности реализации когезии в перечисленных жанрах остаются недостаточно изученной сферой.

Анализ работ, посвященных периферийным компонентам кинодискурса, показывает, что в фокусе внимания ряда исследователей находится рекламный ролик к кинофильму, или *трейлер*. Трейлер представляет собой короткий аудиовизуальный текст, целью которого является продвижение основного кинопродукта. С точки зрения структурной организации и задействованных семиотических кодов, трейлер наиболее близок к кинотексту: как правило, он содержит фрагменты рекламируемого кинофильма, статичные изображения и титры, а также звуковое и музыкальное сопровождение. Проблеме когезии в трейлере посвящена работа К. Хоффманна [Hoffmann, 2021], в которой устанавливается связь между паттернами когезии вербальных и невербальных элементов и жанром рекламируемого фильма.

Другим семиотически осложненным текстом, способствующим коммерческому продвижению кинофильма, является киноафиша (постер). Классический постер сочетает в себе вербальные и изобразительные средства передачи информации, которые могут быть исследованы с использованием методов мультимодального дискурса-анализа (см. [Chen, Gao, 2014]). Несмо-

тря на это, проблематика, связанная с когезивными отношениями в тексте кинопостера, остается за рамками существующих исследований.

Значимой частью постера, как с внешней, эстетической, так и со смысловой точки зрения, нередко становится другая составляющая кинодискурса – *кинослоган*. В отличие от кинотекста, трейлера и киноафиши слоган не является поликодовым текстом, однако приобретает свойства такового в контексте визуального пространства постера, где получает внешнее оформление в виде шрифта определенного размера и цвета. Значимым является и пространственное расположение кинослогана в рамке киноафиши, что позволяет говорить о сочетании вербального, цветового и графического кодов. Риторические и стилистические характеристики слогана подробно освещены в работе Й. Малькнехта [Mahlknecht, 2015]. Несмотря на то что целью исследования не является изучение феномена когезии в этом виде текстов, автор делает ряд ценных наблюдений относительно значения стилистических средств для смысловой целостности слогана и его семантических связей с другими элементами рекламного плаката. Согласно Й. Малькнехту, для слогана к кинофильму характерно использование ритмико-стилистических средств: рифмы, аллитерации и ассонанса, а также различных видов лексических повторов и синтаксического параллелизма, что способствует не только повышению запоминаемости слогана, но и формальной и семантической целостности текста [Mahlknecht, 2015. Р. 420–421]. Кроме того, будучи частью постера, представляющего собой сложное поликодовое образование, слоган вступает в различные семантические отношения с изобразительными компонентами плаката и с заголовком, который может «встраиваться» в текст слогана при помощи синтаксических связей [Mahlknecht, 2015. Р. 418–419].

Такие составляющие кинодискурса, как кинозаголовок и синопсис фильма до сих пор не рассматривались с точки зрения когезии несмотря на то, что существующие работы, посвященные данным типам текстов, демонстрируют необходимость таких исследований. Так, В. Е. Анисимов характеризует кинозаголовок, синопсис и слоган кинофильма как «функционально-прагматические единицы кинотекста» и обращает внимание на тесную связь этих текстовых образований, особо отмечая случаи, когда лексические единицы заголовка повторяются в слогане, или когда слоган выступает в качестве эхо-фразы синопсиса фильма [Анисимов, 2020. С. 244]. В данном случае, как справедливо отмечает автор, между тремя составляющими кинодискурса существуют отношения лексического повтора. Данное наблюдение поднимает проблему изучения когезивных связей как фактора единства кинодискурса как такового.

Выводы

На настоящий момент лингвистической наукой накоплен богатый материал относительно функций и средств реализации когезии в текстах различного типа, включая семиотически осложненные тексты. Многочисленные исследования свидетельствуют о том, что когезия является основной текстообразующей категорией, которая создает смысловое единство и способствует реализации коммуникативных функций текста, стимулируя восприятие информации адресатом.

Изучение особенностей реализации когезии в произведениях кино является ключом к пониманию того, как выстраивается нарративная структура фильма. Этим обусловлено увеличивающееся количество публикаций, посвященных когезии в кинодискурсе. Однако, несмотря на рост интереса к данной проблематике, отдельные ее аспекты рассматриваются фрагментарно. Одной из проблем является недостаточная разработанность методологических оснований многих исследований, посвященных когезии в мультимодальном дискурсе, в частности, существует необходимость операционализации основных понятий в целях уменьшения роли субъективного фактора [Stöckl, Pflaeging, 2022. Р. 4]. Появление работ, направленных на усовершенствование методов аннотации и описания материала [Bateman, Thiele, Akin, 2021; Stöckl,

Pflaeging, 2022], свидетельствует о том, что выработка более системного подхода к изучению когезии в семиотически гетерогенных текстах является одним из перспективных направлений изучения способов формирования связей между семиотически разнородными элементами. Другая проблема связана с охватом области исследований. Она заключается в недостаточном освещении в научной литературе вопросов, связанных с когезией в таких компонентах кинодискурса, как кинозаголовки, слоган, синопсис, кинопостер и рекламный ролик, рассмотрение которых требует привлечения теоретических подходов и эмпирических данных, выработанных и полученных в результате анализа когезии в моно- и поликодовых текстах. Как показывает приведенный в статье краткий обзор работ, посвященных особенностям семиотически гетерогенных текстов, их изучение в ракурсе когезии способно дать более глубокое представление о механизмах, обуславливающих их смысловое единство, а также о семантических связях между различными компонентами кинодискурса.

На наш взгляд, приоритетными и наиболее перспективными направлениями исследований, связанных с проблемой когезии в кинодискурсе, является дальнейшее совершенствование методологической базы мультимодального дискурс-анализа, а также изучение с точки зрения когезии периферийных составляющих кинодискурса, таких как кинозаголовки, кинослоган, синопсис, кинопостер и трейлер.

Список литературы

- Анисимов В. Е.** Кинозаголовок, синопсис и слоган кинофильма как функционально-прагматические единицы кинотекста (на материале современного французского кинодискурса). // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. № 1. С. 240–245. DOI 10.30853/filnauki.2020.1.48
- Анисимова Е. Е.** Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. М.: Академия, 2003. 128 с.
- Гальперин И. Р.** Текст как объект лингвистического исследования. М.: КомКнига, 2007. 144 с.
- Ирисханова О. К.** Полимодальный дискурс как объект исследования // Полимодальные измерения дискурса. М.: ЯСК, 2021. С. 15–32.
- Некрасова Е. Д.** К вопросу о восприятии полимодальных текстов. // Вестник Томского гос. ун-та. 2014. № 378. С. 45–48.
- Самкова М. А.** Кинотекст и кинодискурс: к проблеме разграничения понятий. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2011. № 1 (8). С. 135–137.
- Слышкин Г. Г., Ефремова М. А.** Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). М.: Водолей Publishers, 2014. 153 с.
- Чернявская В. Е.** Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность: Учеб. пособие. М.: ЛИБРОКОМ, 2009. 248 с.
- Bateman J. A., Thiele L., Akin H.** Explanation videos unravelled: Breaking the waves. // Journal of Pragmatics. 2021. Vol. 175. P. 112–128.
- Bublitz W.** Cohesion and coherence // Discursive Pragmatics. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2011. P. 37–49.
- Carrell P. L.** Cohesion Is Not Coherence // TESOL Quarterly. 1982. Vol. 16, No. 4. P. 479–488.
- Chen Y., Gao X.** Interpretation of the Representational Meaning of Movie Posters from the Perspective of Multimodal Discourse Analysis // Proceedings of the International Conference on Education, Language, Art and Intercultural Communication. 2014. Vol. 3. P. 346–350.
- De Beaugrande R., Dressler W.** Introduction to Text Linguistics. London: Longman, 1981. 286 p.
- Genette G.** Paratexts: Thresholds of Interpretation. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. 427 p.
- Halliday M. A. K., Hasan R.** Cohesion in English. London: Longman, 1976. 383 p.

- Hoffmann Ch. R.** Cut to the chase: How multimodal cohesion secures narrative orientation in film trailers // *Discourse, Context & Media*. 2021. Vol. 44. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211695821000751> (дата обращения 20.09.2023)
- Janney R. W.** Film discourse cohesion // *Narrative Revisited*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2010. P. 245–265.
- Jensen Ch. S.** Reduced Narration, Intensified Emotion: The Film Trailer // *Projections*. 2014. Vol. 8 (1). P. 105–125.
- Jewitt C., Bezemer J., O'Halloran K.** *Introducing Multimodality*. London, New York: Routledge, 2016. 219 p.
- Kress G., Van Leeuwen T.** *Reading images: The grammar of visual design*. New York: Routledge, 2006. 291 p.
- Liu Y., O'Halloran K. L.** Intersemiotic Texture: analyzing cohesive devices between language and images // *Social Semiotics*. 2009. Vol. 19, iss. 4. P. 367–388.
- Mahlknecht J.** Three words to tell a story: the movie poster tagline // *Word & Image*. 2015. Vol. 31. P. 414–424.
- Morgan J. L., Sellner, M. B.** *Discourse and Linguistic Theory // Theoretical Issues in Reading Comprehension*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1980 P. 165–200.
- Royce T. D.** In tersemiotic Complementarity: A Framework for Multimodal Discourse Analysis // *New Directions in the Analysis of Multimodal Discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2007. P. 63–109.
- Schubert Ch., Sanchez-Stockhammer Ch.** Introducing cohesion in multimodal discourse // *Discourse, Context & Media*. 2021. Vol. 45. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S221169582100101X> (дата обращения: 20.09.2023)
- Schubert Ch.** Multimodal cohesion in persuasive discourse: A case study of televised campaign advertisements in the 2020 US presidential election // *Discourse, Context & Media*. 2021. Vol. 43. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211695821000738> (дата обращения: 20.09.2023).
- Stöckl H., Pflaeging J.** Multimodal Coherence Revisited: Notes on the Move From Theory to Data in Annotating Print Advertisements // *Frontiers in Communication*. 2022. Vol. 7. P. 1–17.
- Tanskanen S.-K.** Fragmented but coherent: Lexical cohesion on a YouTube channel // *Discourse, Context & Media*. 2021. Vol. 44. URL: <https://researchportal.helsinki.fi/en/publications/fragmented-but-coherent-lexical-cohesion-on-a-youtube-channel> (дата обращения: 20.09.2023).
- Tseng Ch.-I., Laubrock J., Bateman J. A.** The impact of multimodal cohesion on attention and interpretation in film // *Discourse, Context & Media*. 2021: Vol. 44. 100544. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2021.100544>
- Tseng Ch.-I.** *Cohesion in Film*. London: Palgrave Macmillan, 2013. 173 p.
- Van Leeuwen, T.** *Introducing Social Semiotics*. London, New York: Routledge, 2005. 301 p.
- Wildfeuer J., Pollaroli Ch.** Seeing the untold: Multimodal argumentation in movie trailers // *Multimodal argumentation and rhetoric in media genres*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2017. P. 189–215.

References

- Anisimov V. E.** Film title, synopsis and slogan as functional-pragmatic units of film text (on the material of of French film discourse). *Philology. Theory & Practice*, 2020, pp. 240–245. (in Russ.)
- Anisimova E. E.** Text linguistics and intercultural communication (on the material of creolized texts). Moscow, Akademiya, 2003, 128 p. (in Russ.)

- Bateman J. A., Thiele L., Akin H.** Explanation videos unravelled: Breaking the waves. *Journal of Pragmatics*, 2021, vol. 175, pp. 112–128.
- Bublitz W.** Cohesion and coherence. In: *Discursive Pragmatics*. Amsterdam; Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 2011, pp. 37–49.
- Carrell P. L.** Cohesion Is Not Coherence. *TESOL Quarterly*, 1982, vol. 16, no. 4, pp. 479–488.
- Chen Y., Gao X.** Interpretation of the Representational Meaning of Movie Posters from the Perspective of Multimodal Discourse Analysis. In: *Proceedings of the International Conference on Education, Language, Art and Intercultural Communication*, 2014, vol. 3, pp. 346–350.
- Chernyavskaya V. E.** Text linguistics: multimodality, intertextuality, interdiscursivity. Textbook. Moscow, LIBROKOM, 2009, 248 p. (in Russ.)
- De Beaugrande R., Dressler W.** Introduction to Text Linguistics. London, Longman, 1981, 286 p.
- Gal'perin I. R.** Text as an object of linguistic inquiry. Moscow, KomKniga publ., 2007, 144 p. (in Russ.)
- Genette G.** Paratexts: Thresholds of Interpretation. Cambridge, Cambridge University Press, 1997, 427 p.
- Halliday M. A. K., Hasan R.** Cohesion in English. London, Longman, 1976, 383 p.
- Hoffmann Ch. R.** Cut to the chase: How multimodal cohesion secures narrative orientation in film trailers. *Discourse, Context & Media*, 2021, vol. 44. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211695821000751> (accessed 20.09.2023)
- Iriskhanova O. K.** Multimodal discourse as an object of inquiry. In: *Polimodal'nye izmereniya diskursa*. Moscow, LRC, 2021, pp. 15–32. (in Russ.)
- Janney R. W.** Film discourse cohesion. In: *Narrative Revisited*. Amsterdam; Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 2010, pp. 245–265.
- Jensen Ch. S.** Reduced Narration, Intensified Emotion: The Film Trailer. *Projections*, 2014, no. 8 (1), pp. 105–125.
- Jewitt C., Bezemer J., O'Halloran K.** Introducing Multimodality. London; New York, Routledge, 2016, 219 p.
- Kress G., Van Leeuwen T.** Reading images: The grammar of visual design, New York, Routledge, 2006, 291 p.
- Liu Y., O'Halloran K. L.** Intersemiotic Texture: analyzing cohesive devices between language and images. *Social Semiotics*, 2009, vol. 19, iss. 4, pp. 367–388.
- Mahlknecht J.** Three words to tell a story: the movie poster tagline. *Word & Image*, 2015, vol. 31, pp. 414–424.
- Morgan J. L., Sellner M. B.** Discourse and Linguistic Theory. In: *Theoretical Issues in Reading Comprehension*. Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 1980, pp. 165–200.
- Nekrasova E. D.** On the perception of multimodal texts. *Tomsk State University Journal*, 2014, no. 378, pp. 45–48. (in Russ.)
- Royce T. D.** Intersemiotic Complementarity: A Framework for Multimodal Discourse Analysis. In: *New Directions in the Analysis of Multimodal Discourse*. New Jersey, Lawrence Erlbaum, 2007, pp. 63–109.
- Samkova M. A.** Film text and film discourse: on the distinction of notions. *Philology. Theory & Practice*, 2011, no. 1 (8), pp. 135–137. (in Russ.)
- Schubert Ch., Sanchez–Stockhammer Ch.** Introducing cohesion in multimodal discourse. *Discourse, Context & Media*, 2021, vol. 45. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S221169582100101X> (accessed: 20.09.2023).
- Schubert Ch.** Multimodal cohesion in persuasive discourse: A case study of televised campaign advertisements in the 2020 US presidential election. *Discourse, Context & Media*, 2021, vol. 43. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211695821000738> (accessed: 20.09.2023).

- Slyshkin G. G., Efremova M. A. Film text (a linguoculturological analysis). Moscow, Vodolei Publishers, 2014, 153 p. (in Russ.)
- Stöckl H., Pflaeging J. Multimodal Coherence Revisited: Notes on the Move From Theory to Data in Annotating Print Advertisements. *Frontiers in Communication*, 2022, vol. 7, pp. 1–17.
- Tanskanen S.-K. Fragmented but coherent: Lexical cohesion on a YouTube channel. *Discourse, Context & Media*, 2021, vol. 44. URL: <https://researchportal.helsinki.fi/en/publications/fragmented-but-coherent-lexical-cohesion-on-a-youtube-channel> (accessed: 20.09.2023).
- Tseng Ch.-I., Bateman J. A., Laubrock J. The impact of multimodal cohesion on attention and interpretation in film. *Discourse, Context & Media*, 2021, vol. 44. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211695821000805> (accessed: 20.09.2023).
- Tseng Ch.-I. Cohesion in Film. London, Palgrave Macmillan, 2013, 173 p.
- Van Leeuwen, T. Introducing Social Semiotics. London; New York, Routledge, 2005, 301 p.
- Wildfeuer J., Pollaroli Ch. Seeing the untold: Multimodal argumentation in movie trailers. In: Multimodal argumentation and rhetoric in media genres. Amsterdam; Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 2017, pp. 189–215.

Информация об авторе

Прасолова Ольга Дмитриевна, аспирант кафедры теории и практики английского языка и перевода Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова

Information about the Author

Olga D. Prasolova, Postgraduate Student at the Department of the English Language Theory and Practice and Translation, N. A. Dobrolyubov Linguistics University of Nizhny Novgorod

Статья поступила в редакцию 23.10.2023;
одобрена после рецензирования 11.01.2024; принята к публикации 26.01.2024

The article was submitted 23.10.2023;
approved after reviewing 11.01.2024; accepted for publication 26.01.2024