

Мардиева Ляйля Агъдасовна

**КОДЫ ВИЗУАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ И АССОЦИИРОВАННЫЕ С НИМИ СМЫСЛЫ:  
ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ**

В работе обосновывается необходимость введения в научный оборот терминологического словосочетания "коды визуального поведения" для всех типов зрительно наблюдаемых невербальных знаков – поведенческих (в том числе и жестовых), вещных, а также семиотически значимых визуально воспринимаемых результатов действий человека над своим лицом и телом. Предлагаемый автором психосемиотический подход к коммуникативным единицам, входящим в указанную группу, т.е. разграничение собственно кодов визуального поведения и их коррелятов в сознании – образов визуального поведения, позволяет обозначить те свойства, что предопределяют особенности использования репрезентаций кодов визуального поведения в текстах СМИ.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2014/3-1/35.html](http://www.gramota.net/materials/2/2014/3-1/35.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2014. № 3 (33): в 2-х ч. Ч. I. С. 126-130. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2014/3-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2014/3-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_phil@gramota.net](mailto:voprosy_phil@gramota.net)

## ACTUALIZATION OF STUDENTS' CREATIVE POTENTIAL IN FOREIGN LANGUAGE CLASSES

**Latypov Rustem Al'bertovich**, Ph. D. in Pedagogy, Associate Professor

**Komissarova Galina Nikolaevna**

**Stetsenko Elena Olegovna**

*Syktuykar State University*

*rustem.latypov@gmail.com; komissarova.g.n.@yandex.ru; stetsenko\_elen@mail.ru*

The article considers the various ways of students' creative potential actualization by the example of the English language course for the students of training direction «Psychology». The possibility of the application of quantum-theoretical formalism of context-dependent potential actualization to the modeling of the process of generating creative ideas in the learning process is substantiated.

*Key words and phrases:* potential; creativity; actualization; training; contextuality; quantum theory.

УДК 81'221: 316'77

### Филологические науки

*В работе обосновывается необходимость введения в научный оборот терминологического словосочетания «коды визуального поведения» для всех типов зрительно наблюдаемых невербальных знаков – поведенческих (в том числе и жестовых), вещных, а также семиотически значимых визуально воспринимаемых результатов действий человека над своим лицом и телом. Предлагаемый автором психосемиотический подход к коммуникативным единицам, входящим в указанную группу, т.е. разграничение собственно кодов визуального поведения и их коррелятов в сознании – образов визуального поведения, позволяет обозначить те свойства, что определяют особенности использования репрезентаций кодов визуального поведения в текстах СМИ.*

*Ключевые слова и фразы:* невербальная семиотика; невербальное поведение; тексты СМИ; психосемиотика; прагматика.

**Мардиева Ляйля Агъдасовна**, к. филол. н., доцент

*Казанский (Приволжский) федеральный университет*

*layka66@mail.ru*

### КОДЫ ВИЗУАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ И АССОЦИИРОВАННЫЕ С НИМИ СМЫСЛЫ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ<sup>©</sup>

#### *Коды визуального поведения в контексте невербальной семиотики*

Среди множества типологий невербальных поведенческих кодов [3; 6; 7] обратим внимание на те, в основе которых лежит канал восприятия человеком внешнего мира. Наиболее полной среди подобных классификаций является, пожалуй, психосемиотическая структурная схема невербального поведения В. А. Лабунской, построенная с учетом всех ведущих систем отражения человека – акустической, оптической, тактильно-кинестезической и ольфакторной. Автор называет главной ту систему знаков, что отражается с помощью оптической системы, центральное место в ней занимают зрительно воспринимаемые выразительные движения тела, жесты рук, походка, движения глаз и лица, а также поза (т.е. кинесика) [8, с. 26-27].

В систематизации невербальных коммуникативных знаков этолога, биолога и антрополога М. А. Бутовской кроме четырех указанных выше систем выделяется еще и символический канал связи, который способен передавать такие типы знаков, как одежда, украшения, татуировка и другие внешне заметные манифестации с телом [1, с. 23]. Последний класс знаков распознается, однако, посредством зрительного анализатора. Но сама идея необходимости семиотического осмысления этих наблюдаемых знаков не вызывает сомнения (см., к примеру, работы А. К. Байбурина (1985), П. Г. Богатырева (2007), С. М. Толстой (2011), В. Н. Топорова (1995), Т. Б. Щепанской (2006, 2010) и мн. других ученых). Г. Е. Крейдлин, например, выделяет особый раздел невербальной семиотики, предметом которой является язык одежды, украшений и прочих окружающих мир человека объектов, и называет его «системологией» [7, с. 10].

Для обозначения всей совокупности типичных для субъекта визуально-семиотических объектов: габитуса (физического облика, анатомических особенностей лица, других частей тела, конституции и пр.), костюма (социального оформления внешности: одежды, обуви, аксессуаров, прически, очков и др.) и кинесики (любых значащих движений) – Е. А. Петрова использует терминологическое словосочетание «визуально-коммуникативный портрет личности» [12, с. 54]. Дополним микроуровни визуально-коммуникативного портрета личности принадлежащим ей или окружающим ее пространством вещей (не только сферы «костюм»). Расширение предлагаемого автором терминологического словосочетания не противоречит его определению. По Е. А. Петровой, невербальное поведение встроено в систему средств визуально-коммуникативного портрета личности. Последнее, будучи не чем иным, как совокупностью «наиболее

характерного для личности репертуара знаковых средств общения», автор называет «визуальными текстами общения» [Там же, с. 45]. В работах лингвистов мы находим во многом сходные идеи. Так, И. Ю. Черепанова пишет: «...Каждый человек – это тоже текст, или, как говорят лингвисты, –языковая личность» [18, с. 11]. В. И. Карасик вводит понятие «модельная личность», подразумевая под ней «типичного представителя определенной этносоциальной группы, узнаваемого по специфическим характеристикам вербального и невербального поведения и выводимой ценностной ориентации» [5, с. 29].

В работе А. А. Романова особое внимание уделяется знакам внешнего визуального облика, «которые либо порождаются участниками в момент коммуникативной интеракции (кинесика, гаптика, жесты), либо задействованы в ней (габитус, окулесика, цветовая гамма одежды и ее стиль и др.)» [14, с. 3]. «И в том, и в другом случае, – подчеркивает ученый, – создавая определенное семиотическое пространство, они визуально воспринимаются собеседником и участвуют в семиопсихологической интерпретации коммуникативного воздействия» [Там же].

Наглядность, намеренная или ненамеренная демонстративность невербальных поведенческих кодов очевидна. Демонстративность вещей с семиотическим статусом подтверждений не требует. Современный российский философ-семиотик, культуролог В. М. Розин относит жесты, мимику, а также одежду, косметику, татуировку и прочие «личные» визуальные (т.е. зрительно воспринимаемые) средства к опосредованным визуальным средствам общения и считает их своеобразной формой «беседы глазами» [13, с. 26]. Использование подобного рода знаков в целях опосредованной формы общения автор называет «визуальным поведением»<sup>1</sup> [Там же, с. 13]. Опираясь на означающие этой семиотической системы, члены коммуникативного сообщества получают определенную информацию о человеке.

На основании всего вышеизложенного мы предлагаем всю совокупность зрительно воспринимаемых невербальных знаков, используемых членами коммуникативного сообщества осознанно или неосознанно в процессе коммуникативного взаимодействия (в том числе и опосредованного СМИ), обозначить словосочетанием **коды визуального поведения**. К кодам визуального поведения, т.е. зрительно наблюдаемым знаковым формам поведения отнесем: 1) жесты, мимику, позы, походку, значимые невербальные действия (т.е. невербальное поведение, или жесты в широком понимании этого термина); 2) окружающие человека вещи, имеющие или приобретающие в определенной ситуации семиотический статус; 3) семиотически значимые визуально наблюдаемые результаты действий человека над своим телом, лицом, волосами (татуировку, косметику, прическу, украшения и пр.).

Если введение первой группы знаков (кодов невербального поведения) в разряд семиотически значимых зрительно наблюдаемых действий (кодов визуального поведения) не вызывает возражений, то как быть с двумя последними группами? Можно ли их относить к действиям? Да, пусть и несколько условно. Костюм, прическа, косметика, а также вещи, которыми человек себя окружает, предполагают: 1) процедуру отбора из некоторого множества возможных, 2) процессы *надеть* (платье), *нанести* (косметику), *сделать* (прическу), *пользоваться* (той или иной вещью) и т.д. Поэтому мы утверждаем, что «обладание вещью, ее использование в определенных целях тоже есть своеобразная форма поведения» [11, с. 205]. Таким образом, все перечисленные группы знаков непосредственно связаны с действием, невербальным коммуникативным поведением. К числу кодов визуального поведения мы не относим габитус, поскольку физический облик дан человеку от рождения и человек не может (в основном) видоизменять его (производить с ним те или иные значимые действия) постоянно с целью придания ему того или иного значения. Вместе с тем признаем, что внешний облик человека (в том числе и его физические, а также физиологические данные) в массовой коммуникации всегда наделяются коннотативными идеологическими смыслами. Для подтверждения верности этого положения можно, например, сослаться на исследование Т. Дашковой, посвященное идеологическим визуальным штампам [4].

В целом обращение лингвистов к невербальным коммуникативным кодам объясняется тем, что очень часто «языковые показатели и лингвистический анализ оказываются недостаточными для воссоздания соответствующего образа —картины мира» в полном объеме и требуют —«поддержки» со стороны неязыковых данных» [16, с. 12]. Необходимость же введения терминологического словосочетания «визуальное поведение» (а также уточнение объема его содержания) объясняется следующими соображениями. Современное коммуникативное сообщество ориентировано на зрительное восприятие информации, и любое визуально наблюдаемое действие (в том значении, в котором рассматриваем его мы) превращается в знаковое. Поставщиками подобной информации, а также ее интерпретаторами, превращающими любую вещь, любое действие (даже физиологическое) в знаковое, являются СМИ. Поэтому есть необходимость использования одного общего родового обозначения для всех видов воспринимаемых зрением невербальных поведенческих знаков, которые находят отражение в текстах СМИ. Именно необходимость описания, анализа вербальных и иконических репрезентаций кодов визуального поведения, включенных в структуру поликодовых текстов СМИ, и предопределила введение рассматриваемого нами термина. Самым важным аргументом в пользу необходимости выделения особой группы кодов невербального поведения является следующее обстоятельство: коды визуального поведения в случае их экспликации в тексте оказываются наиболее оптимальными средствами моделирования реальности, поскольку они в состоянии создавать у читателей ощущение непосредственного присутствия в воссоздаваемой и создаваемой СМИ реальности, чувство непосредственного наблюдения за персонажем, включенным в то или иное событие, освещаемое печатным изданием.

<sup>1</sup> Иное значение вкладывает в указанное выражение Г. Е. Крейдлин. Под визуальным поведением ученый понимает глазное поведение, изучаемое в рамках окулесики [7, с. 22, 374].

### ***Ментальные корреляты кодов визуального поведения (образы визуального поведения)***

Для того чтобы лучше понять процессы функционирования в текстах печатных периодических изданий вербальных и иконических репрезентантов разнообразных зрительно наблюдаемых невербальных семиотически значимых видов поведения, подойдем к этому классу невербальных знаков как к явлению психическому, когнитивному. Предстоящие перед внутренним взором человека (в формате зрительно представляемых презентаций) знаковые формы поведения назовем образами визуального поведения.

Образы визуального поведения как отдельные фрагменты целостного образа мира имеют ту же структуру, что и целое: включают в себя бытийную (перцептивную, а именно – видимую и переживаемую) составляющую – чувственную ткань и рефлексивную (осмысленную и, следовательно, связанную со словом) составляющую. То есть образы визуального поведения подчиняются общим закономерностям восприятия: они предметны, целостны и осмысленны (эмоционально и рационально).

**Предметность образов визуального поведения.** Образы визуального поведения являются результатом презентации в сознании фрагмента реального (а иногда и воображаемого) коммуникативного невербального действия, в основном результатом непосредственной перцепции. В процессах репрезентации отдельного образа в тексте мы имеем дело в строго терминологическом смысле уже не с образом, а с представлением (вторичным образом), т.е. образом фрагмента действительности в момент отсутствия его в поле восприятия.

#### **Целостность образа восприятия и целостность образов визуального поведения.**

1. Образ восприятия образуется составляющими разных модальностей, хотя одна из них является доминирующей. Поэтому воплощенный в той или иной материи в тексте печатного издания образ визуального поведения нередко поддерживается и сопутствующими слуховыми впечатлениями (мы имеем в виду отражение в тексте графическими средствами как самой вербальной речи, так и воссоздание посредством параграфемных единиц некоторых параязыковых элементов речи).

2. То или иное значение в наблюдаемом невербальном поведении выражается комплексом, сочетанием нескольких невербальных поведенческих знаков. Так, Г. Е. Крейлин указывает, что, к примеру, поза смирения может включать в себя три значимых компонента – *опущенную голову, сложенные в замок кисти рук и прижатые к телу руки*, т.е. образуют «комплексное жестовое выражение» [7, с. 132]. Следовательно, образ визуального поведения как целостное явление отражает некоторое множество воспринимаемых зрением сигналов. Степень же выраженности в языке зрительно наблюдаемого может быть разной. По мнению исследователей, максимальную степень экспликации можно найти в специальных научных текстах, в других случаях может быть достаточным название действия или указание исполнителя и объектов [2, с. 43]. Однако и в случае минимального языкового воплощения образа визуального поведения адресат способен восстановить образ во всей его полноте. Речь идет не только о воплощении образов визуального поведения средствами естественного языка, но и средствами фотографии, рисунка, карикатуры и т.д., в которых фиксируется только часть невербального действия, как правило, пик артикуляции для собственно невербального поведения или результат тех или иных действий с вещами или с собственной внешностью. Возможность восстановления всего образа визуального поведения на основании только части этого поведения, материализованного в текстовом формате, связана со способностью образов в процессе мышления сворачиваться и разворачиваться. Репрезентация визуального образа в свернутом виде (вплоть до материализации в тексте отдельного штриха) бывает достаточно для того, чтобы читатель смог представить образ во всем его наблюдаемом в реальном коммуникативном взаимодействии виде. Разумеется, в этом случае предполагается большая мыслительная активность.

По наблюдениям Е. М. Верещагина и В. Г. Костомарова, невербальные знаки (в частности, кинемы) могут быть представлены в тексте вербальными средствами двойко: либо со стороны своей формы (подобного рода номинации предлагается называть соматическими речениями), либо в содержательном плане (эти вербальные описания, ориентированные на смысл, названы сенсуальными) [Там же, с. 41]. Соматическое речение предполагает движение мысли от внешней проявленной стороны невербального поведения к его смыслу, при этом читатель занимает позицию наблюдателя, он как бы «видит» знаковое поведение. Сенсуальное речение, напротив, предполагает восстановление на основании смысла внешней поведенческой формы знака. В этом случае читатель на основании своего опыта воображает то, как могло бы выглядеть вербально описываемое знаковое действие.

Познавая в процессе коммуникации мир, человек, как известно, наполняет познаваемое и соответствующими переживаниями. Поэтому образ (в том числе и образ визуального поведения) и осмыслен (соотнесен с соответствующим значением), и нередко пропитан эмоционально-оценочными составляющими. Важно здесь также и то, что эмоция, как производный от оценки феномен, может быть социально детерминирована: один и тот же предмет (в лингвистическом значении этого термина) в зависимости от социально-групповой самоидентификации адресата может эмоционально переживаться по-разному. К примеру, В. И. Шаховский отмечает, что эмоциональное значение не только индивидуально, «а представляет собой обобщенное отражение «эоциальной эмоции»» [19, с. 35]. Естественно, что создатели текстов СМИ ориентируются на социальный характер как оценок, так и эмоций, в том числе и их стереотипных невербальных способов репрезентации.

#### ***Вербальные репрезентации образов визуального поведения в структуре текстов СМИ***

В языке художественной литературы описание невербального поведения персонажа – явление привычное и даже почти что обязательное. По мнению Л. М. Шелгуновой, невербальные знаки являются экспрессивно-эмоциональными компонентами художественного текста, необходимыми для создания конкретного, зримого художественного образа [20, с. 46]. Г. Е. Крейлин отмечает, что тексты, которые описывают невербальные знаковые действия персонажей, «существенно дополняют речевые портреты героев» [7, с. 69].

В текстах СМИ моделирование реальности «происходит в круге, очерченном документализмом», при этом «материал, касающийся героя будущей публикации, становится предметом «художественной» обработки:

при сохранении неприкосновенности документов происходит отбор фактов, более отчетливая прорисовка одних черт и сглаживание других, расстановка акцентов» [15, с. 9]. Художественная обработка материала предполагает, что воздействующие тексты должны «давать конкретно-чувственное представление о пространственно-временном и эмоциональном отношении носителя речи к тому, что отражено в тексте», «создавать впечатление, что носитель речи находится на позиции —«это вижу»» и предполагать активизацию воображения и эмоционального опыта читателя [9, с. 53]. Именно в этом аспекте рассматриваются невербальные поведенческие коды исследователями языка СМИ (хотя следует сразу же оговориться, что специальных работ, которые бы были выполнены на материале текстов СМИ, в современной лингвистике нет). Так, М. И. Стюфляева, анализируя приемы проблемного (социального и психологического) исследования человека в публицистике, отмечает возможность «за жестом, мимикой угадать настроение» персонажа текста и подчеркивает, что психологическая подробность «репортажного» плана определяет диапазон художественных средств публицистики; кроме того, ученый называет стандартные для исследуемой ею эпохи социально характеризующие социальный тип детали предметной среды, например, атрибуты бюрократа — начальственное кресло с высоким сиденьем и жесткий стул для подчиненных, телефон, которые позволяют журналисту материализовать социальный тип [15, с. 71, 22, 41]. Особо важной представляется мысль исследователя о том, что в процессе публицистического исследования человека на первом месте всегда должна быть «поведенческая» сторона существования личности, его действия, поступки [Там же, с. 60].

Идеи М. И. Стюфляевой развивает и теоретически осмысляет Э. В. Чепкина. В число кодов журналистского дискурса ученый включает субкод поведения, т.е. повторяющиеся действия и поступки, которые связываются с определенными значениями и приобретают культурную значимость [17, с. 140]. В качестве означающих поведенческого кода ученый называет не только собственно действия, но и внешность персонажа. В таком прочтении «коды визуального поведения» являются видовыми по отношению к родовому понятию «код поведения». В свою очередь, вслед за Э. В. Чепкиной следует признать код поведения частью кода персонажа [Там же]. Ранее мы также отмечали, что коды визуального поведения встраиваются в репертуар знаковых средств общения — в визуальный коммуникативный портрет личности (хотя для публицистики с ее принципом типологизации персонажей и заостренностью внимания, скажем так, на социальной маркированности личности, социальной типизации, более точным, пожалуй, будет понятие «модельной личности» В. И. Карасика). На основании всего вышеизложенного следует, что в составе словосочетания «образы визуального поведения» термин «образ» наряду с его психологическим (когнитивным) значением обретает и художественно-эстетическое значение.

Репрезентируемые средствами массовой информации образы визуального поведения персонажа нацелены на актуализацию чувственной ткани образа сознания, т.е. направлены на восстановление чувственных (перцептивных и эмоционально переживаемых) следов в памяти читателя и возбуждение предсказуемых ассоциаций. Отражаемые посредством языка (в семиотическом прочтении этого слова) средств массовой информации образы визуального поведения являются экспрессивными элементами текста, обладающими воздействующей (нередко суггестивной) силой. Конечно, печатные СМИ в силу особенностей своего канала передачи информации лишены возможности реконструировать реальность в ее непосредственной пространственной и временной данности. В этом плане у электронных СМИ возможности несравненно больше, но динамичность большинства визуальных кодов поведения, их эмоциональная составляющая, а также когнитивно-психологические механизмы восприятия образа в некоторой степени снимают ограниченность текстовой (письменной) коммуникации.

Лингвостилистический анализ языка газет и журналов сегодня представляется уже неполным, если в нем не присутствуют того или иного рода отсылки к невербальным составляющим текста СМИ. В силу этого появляется насущная необходимость в систематизации того невербального материала, что репрезентируют (в вербальном или иконическом формате) медиа. Представляется, что предлагаемый нами интегративный термин «коды визуального поведения» позволит, во-первых, обратить внимание занимающихся изучением языка СМИ лингвостилистов, лингвопрагматиков, психолингвистов на необходимость исследования и описания разнообразных форм невербального поведения в их вербальной или иконической репрезентативной форме. В случае иконического воплощения кодов визуального поведения в текстах СМИ, разумеется, лингвистическое исследование должно вестись с учетом взаимодействия иконических кодов, осложненных знаками визуального поведения, с вербальным языком [10]. Во-вторых, позволит объединить в подобного рода исследовании достаточно широкий круг явлений. В-третьих, предлагаемый нами психосемиотический подход к кодам визуального поведения (т.е. заострение внимания на том, что рассматриваемые знаки существуют в виде ментальных единиц сознания — образов визуального поведения) позволит, как нам представляется, выявить и должным образом описать их прагматическую направленность в текстах СМИ: установить их суггестивные свойства, выявить особенности использования вербальных и невербальных репрезентаций кодов визуального поведения в манипулятивных целях.

#### *Список литературы*

1. **Бутовская М. Л.** Язык тела: природа и культура (эволюционные и кросс-культурные основы невербальной коммуникации человека). М.: Научный мир, 2004. 440 с.
2. **Верещагин Е. М., Костомаров В. Г.** О своеобразии отражения мимики и жестов вербальными средствами (на материале русского языка) // Вопросы языкознания. 1981. № 1. С. 36-47.
3. **Горелов И. Н.** Невербальные компоненты коммуникации. М.: Наука, 1980. 104 с.
4. **Дашкова Т.** Идеология в лицах: формирование визуального канона в советских женских журналах 1920-1930-х годов // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность: сб. научн. тр. / под ред. Е. Р. Ярской-Смирновой и др. Саратов: Научная книга, 2007. С. 436-466.

5. Карасик В. И. Речевое поведение и типы языковых личностей // Массовая культура на рубеже XX-XXI веков: Человек и его дискурс: сб. научн. тр. / под ред. Ю. А. Сорокина, М. Р. Желтухиной. М.: Азбуковник, 2003. С. 24-44.
6. Колшанский Г. В. Паралингвистика. М.: Наука, 1974. 80 с.
7. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык. М.: Новое литер. обозрение, 2002. 592 с.
8. Лабунская В. А. Экспрессия человека: общение и межличностное познание. Ростов-на-Дону, 1999.
9. Майданова Л. М. Структура и композиция газетного текста. Средства выразительного письма. Красноярск: Изд-во Краснояр. ун-та, 1987. 180 с.
10. Мардиева Л. А. Вещь-знак тубетейка в коммуникативном пространстве Татарстана // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманитарные науки. 2013. Т. 155. Кн. 5. С. 232-245.
11. Мардиева Л. А. Коллективная культурная память общества (прецедентные визуальные образы и феномены) // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2011. № 3 (15). С. 202-207.
12. Петрова Е. А. Визуальная психосемиотика общения: дисс. ... д. психол. н. М., 2000. 402 с.
13. Розин В. М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и воспринимает мир. Изд-е 3-е, стереот. М.: КомКнига, 2006. 224 с.
14. Романов А. А. Аспекты психосемиотики визуальной коммуникации // Мир лингвистики и коммуникации: электронный науч. журнал. 2005. Т. 1. № 1. С. 1-6.
15. Стюфляева М. И. Человек в публицистике (Методы и приемы изображения и исследования). Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1989. 144 с.
16. Толстая С. М. Семантические категории языка культуры: Очерки по славянской этнолингвистике. Изд-е 2-е. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. 368 с.
17. Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995-2000). Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2000. 279 с.
18. Черепанова И. Ю. Заговор народа. Как создать сильный политический текст. М.: КСП+, 2002.
19. Шаховский В. И. Эмоции: Долингвистика, лингвистика, лингвокультурология. Изд-е 2-е. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 128 с.
20. Шелгунова Л. М. Указания на рече-жестовое поведение персонажей в русской реалистической повествовательной художественной прозе // Филологические науки. 1982. № 4. С. 43-49.

#### VISUAL BEHAVIOR CODES AND MEANINGS ASSOCIATED WITH THEM: PROBLEM SETTING

**Mardieva Lyailya Ag'dasovna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
Kazan (Volga Region) Federal University  
layka66@mail.ru

The necessity of introduction into the scientific circulation of the terminological unit —visual behavior codes” to indicate all types of visually seen non-verbal signs – gesture, thing as well as semiotically significant visually seen results of person’s actions over his face or body is substantiated in this article. Introduced by the author psychosemiotical approach to the communicative units of the above-mentioned group, i.e. differentiation of the visual behavior codes and their correlates in the mind – images of visual behaviour – enables to identify the features defining the use of visual codes representations with a view to influence the minds of mass media texts readers.

*Key words and phrases:* non-verbal semiotics; non-verbal behavior; mass media texts; psychosemiotics; pragmatics.

УДК 821. 112. 2

#### Филологические науки

*В статье исследуется художественный принцип немецкоязычного поэта времён Третьего рейха Вильгельма Лемана, который он сам определял как точность. Обращение поэта к природе в сложившейся социально-напряжённой ситуации его современники расценивали как бегство от реальности. Автор представляет новую интерпретацию лирики Лемана в аспекте художественной деятельности, что позволяет обнаружить нравственно-эстетическую ценность его творчества.*

*Ключевые слова и фразы:* кризис культуры; «магическая» пейзажная лирика; Леман; точность; нравственная система координат; утверждение жизни.

**Мельникова Ирина Марковна**, к. филол. н.  
Самарский государственный технический университет  
Ir.ma53@mail.ru

#### «СТАРЫЙ МАГ ТОЧНОСТИ ОБРАЗА»: ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПРИНЦИП ВИЛЬГЕЛЬМА ЛЕМАНА ©

Крупнейшие географические и научно-технические открытия и изобретения рубежа XIX-XX веков, значительно расширив интеллектуально-познавательный горизонт человека, предоставили ему огромные возможности по удовлетворению возросших потребностей. «Смерть Бога» освободила его от духовно-