

© Дубовицкая Л. В., 2012

## QR КОД — РЕВОЛЮЦИЯ В МИРЕ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ?

**Аннотация.** Автор предпринимает попытки описания феномена гиперсвязи объектов в рамках письменных креолизованных текстов при помощи матричных кодов QR. Рассматривается взаимодействие данных кодов с вербальным и иконическим компонентами креолизованного текста, ставится вопрос о возможности классификации гиперсвязи QR как третьего (вариативного) компонента письменного креолизованного текста и расширении информационного пространства данного типа семиотически осложненного текста. Предлагается использование термина «гиперкод» для обозначения данного типа матричного кода.

**Ключевые слова:** креолизованный текст, вербальный компонент, иконический компонент, QR код, гиперкод, гиперсвязь объектов, семиотика.

© L. Dubovitskaya, 2012

## IS QR CODE A REVOLUTION IN THE WORLD OF CREOLIZED TEXTS?

**Abstract.** The author makes attempts to describe the phenomenon of object hyperlinking in written creolized texts using QR codes. Interaction of these codes with verbal and iconic components of creolized texts is reviewed. The issue of QR hyperlinking as a possible third creolized text component (variable) is raised as well as the issue of information field expansion for this type of semiotically complicated text. The author suggests to use a “hypercode” term for defining this type of matrix code.

**Key words:** creolized text, verbal component, iconic component, QR code, hypercode, object hyperlinking, semiotics.

*Г-ну Уве Рёдигеру за неожиданную помощь  
Herrn Uwe Rödiger für spontane Hilfe*

Постоянно усиливающиеся процессы глобализации отражаются на всех сферах жизни мирового сообщества, начиная от транспорта и торговли, заканчивая сферой информационных технологий и бытом простых граждан. Еще совсем недавно ученые не могли признать текстовую сущность визуальной информации и четко разграничили понятия «текст» и «иллюстрация». Всего лишь несколько лет назад речь впервые зашла о креолизованных текстах как текстах, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей другой знаковой системе, нежели естественный язык) [3, 180]. Казалось, что положение о двух компонентах креолизованного текста письменной коммуникации (вербальном и иконическом) окончательно принято наукой и не должно более вызывать вопросов [1, 15]. Но прогресс идет вперед и неумолимо меняет все устоявшееся

и привычное. Теперь, взглянув на «обычный» рекламный плакат, можно увидеть нечто подобное рис. 1:

У нас не возникает сомнений по поводу поликодовости и семиотической гетерогенности данного креолизованного текста [2, 19], но возникает другой вопрос — что это за «черный квадрат»? И где же привычное вербальное сообщение? Итак, попытаемся разобраться. Данный квадратный штрих-код является разработкой дочерней компании японского концерна Тойота и изначально применялся для логистических целей. QR код (от английского quick response — быстрый ответ) является матричным кодом или, иными словами, двухмерным штрих-кодом. Чтобы «прочитать» представленную таким образом информацию, адресату придется вооружиться мобильным телефоном с камерой и специальным программным обеспечением. Сфотографировав этот код, адресат почти мгновенно получает всю необходимую информацию — это может быть сайт компании-рекламодателя, видео, карта, текстовая информация и так далее. В Японии QR коды даже используются на кладбищах и содержат информацию об усопшем [4]. В настоящее время данные коды используются не только в Японии и европейских странах, но и в России. Хотя представляется очевидным, что речь идет об одном из видов гипертекстуальной связи, данное явление еще не привлекло должного внимания со стороны лингвистов и, соответственно, не получило терминологического описания. Единственным на сегодняшний день термином, применяемым к данному явлению, можно считать термин «гиперсвязь объектов» (англ. object hyperlinking) [5], говорящий о связи сети Интернет с предметами и местами реального мира.



Рис. 1

Таким образом, представляется возможным говорить о расширении информационного пространства креолизованного текста письменной коммуникации. Теперь речь идет не только о сочетании и взаимодействии вербального и визуального (иконического) информационных пространств, но и о своеобразном «окне в Интернет» посредством иконической гиперссылки — QR кода. Причем один из традиционных компонентов письменного креолизованного текста может полностью опускаться, к чему мы вернемся позднее. Рассмотрим примеры функционирования данной гиперсвязи в рекламных плакатах.



Рис.2

Началось использование QR кодов или «гиперкодов» с маленького, почти незаметного квадрата в углу плаката. Традиционный креолизованный текст с полноценными вербальным и иконическим компонентами дополнялся невзрачным штрих-кодом. На рис. 2 мы видим один из таких «простых» плакатов. Теперь у адресата появился выбор — довольствоваться уже данной информацией или, при наличии интереса (и конечно, мобильного телефона), получить дополнительную информацию о специальном предложении курорта. При выборе второго варианта адресат автоматически переходит на страницу компании-рекламодателя. В данном случае QR код не участвует в построении вербального или визуального компонентов креолизованного текста, а просто дополняет его структуру.

Если мы обратимся к рис. 3, то ситуация кардинально меняется. В приведенном плакате QR код является составной частью иконического компонента креолизованного текста. Данный гиперкод использован в изображении красного креста и, более того, внутри QR кода можно увидеть силуэт Японии. Такая интеграция гиперкода в изображение уже не редкость и используется повсеместно. Вербальный компонент в данном плакате остался незатронутым переменными, привнесенными QR кодом, но это не всегда так.



Рис.3



Рис.4

Перейдем к следующему примеру, иллюстрирующему включенность всех трех компонентов письменного креолизованного текста друг в друга. На рис. 4 мы видим QR код, который в данном случае является самостоятельным креолизованным текстом. Данный гиперкод включил в себя вербальную часть You are here. The map и иконическую часть — изображение части карты, показывающей местоположение адресата. При «чтении» данного гиперкода адресат получает изображение карты местности, что, несомненно, привлекательно и современно.

Ниже приведены примеры, иллюстрирующие вытеснение традиционных компонентов креолизованного текста гиперкодом. При рассмотрении фотографии билборда на рис. 5 первое, что хочется прокомментировать, — отсутствие иконического компонента. Тем не менее возможно и следует говорить о семиотически осложненном, креолизованном тексте. Вербальная часть в данном случае не сможет существовать автономно от гиперкода, несущего основную информационную нагрузку. Вербальный



Рис.5

компонент призван лишь возбудить интерес адресата, в то время как полнота желаемой информации будет получена только после «прочтения» QR кода. С точки зрения рекламодателей, визуальная информация не нужна или, скорее всего, не может быть размещена из цензурных соображений. Но это не влечет за собой потери информативности, при использовании гиперссылки адресат узнает все необходимое.

Если мы вернемся к рис. 1, то налицо полное отсутствие вербального компонента креолизованного текста. В данном рекламном плакате, рассказывающем нам о достоинствах пепси, основная информационная нагрузка также лежит на гиперкоде. Если бы не он, то догадаться, что же именно нам предлагают, было бы довольно сложно. Данный иконический компонент мог бы легко использоваться в рекламе средств по уходу за телом, парфюмерии, нового музыкально альбома и так далее.

Таким образом, рассмотрев примеры использования QR кода в креолизованных текстах письменной коммуникации, мы пришли к следующим выводам.

1. Данный тип иконической гиперссылки к другим текстам (в т.ч. сети Интернет) широко используется в письменных креолизованных текстах, например: рекламных и политических плакатах, авиа- и железнодорожных билетах, меню ресторанов, листовках, прессе и т. д.
2. Уместно поставить вопрос о существовании третьего компонента письменного креолизованного текста, кроме вербального и иконического.
3. QR код может использоваться в текстах с опущенным вербальным или иконическим компонентом и даже самостоятельно выступать в качестве креолизованного текста, включая в себя визуальный и вербальный компоненты.
4. Ввиду отсутствующей терминологической базы представляется возможным предложить термин «гиперкод» для описания матричного кода QR, являющегося гиперссылкой к другим текстам, связанным по смыслу с данным креолизованным текстом.
5. Необходимо дальнейшее детальное изучение данного феномена, его функционирования в рамках письменного креолизованного текста и его взаимосвязи с другими компонентами этого семиотически осложненного явления.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. — 28 с.
2. Пойманова О. В. Семантическое пространство видеовербального текста: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. — М., 1997. — 237 с.
3. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. — М., 1990. — 239 с.
4. Электронный ресурс <http://ru.wikipedia.org/wiki/QR-код> (дата обращения : 11.11.2011 г.)
5. Электронный ресурс [http://en.wikipedia.org/wiki/Object\\_hyperlinking](http://en.wikipedia.org/wiki/Object_hyperlinking) (дата обращения: 11.11.2011 г.)