

**ІНТЕРСЕМІОТИЧНІСТЬ В АКТУАЛІЗАЦІЇ АЛЮЗІЙ
В АНГЛОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ**

У статті на матеріалі англomовного публіцистичного дискурсу розглядається алюзія як засіб перекодування невербальних текстів вербальними.

Ключові слова: *інтерсеміотичність, алюзія, перекодування, текст-джерело, текст-реципієнт.*

The article deals with allusion as a means of transcoding non-verbal texts into verbal. The study is carried out on the material of English publicistic discourse.

Key words: *intersemiotics, allusion, trans-coding, source text, recipient text.*

Актуальність дослідження зумовлена значущістю ролі алюзії у процесі інтерпретації, яка, в свою чергу, є невід'ємною частиною будь-якого комунікативного акту. Предметом наукової розвідки стали інтерсеміотичні алюзії як засоби перекодування невербальних текстів вербальними. Метою дослідження є виявлення характерних ознак інтерсеміотичних алюзій та особливостей актуалізації їх змісту в англomовному публіцистичному дискурсі. Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: 1) окреслити сутність процесу перекодування; 2) виявити етапи актуалізації змісту інтерсеміотичних алюзій; 3) визначити ключові ознаки інтерсеміотичних алюзій, які уможливають використання такого типу алюзій в якості засобу перекодування невербальних текстів вербальними.

Інтерсеміотичність розуміємо як відношення між знаками, що апелюють до різних каналів рецепції інформації, один з яких виражений через інший. Завдяки стрімкому розвитку новітніх технологій природа знаку зазнала змін: знак, що передається сучасними засобами інформації, не тільки сприймається та інтерпретується як інші знаки, він є засобом, інструментом, “шляхом” до того, на що він вказує, він стає “інтерактивним” [12, с. 4; 17]. Завдяки набуттю знаком цієї якості відбуваються два наступні процеси:

1) одержувач знаку стає активним учасником створення тексту, в якому вжито даний знак [15, с. 10];

2) зв'язок між автором та створеним текстом слабшає (“цифрові автори” так би мовити “вилучаються” з тексту, на відміну від “аналогових авторів”, твори яких засновані на власному стилі автора, його думках та відчуттях [18, с. 78-100]).

У даному дослідженні під семіотичними системами/кодами розуміємо сукупності знаків, які пов'язані між собою та утворюють певну цілісну єдність (терміни “семіотична система” та “семіотичний код” були введені на початку розвитку семіотики [7, 8] та зберегли актуальність в контексті когнітивної наукової парадигми [5]). Зростає частотність поєднання двох і більше різнорідних семіотичних кодів/систем для високоякісної передачі та збереження інформації (навіть у науковій сфері пізнання, яка характеризується стійкістю канонів) [див., наприклад, 6, с. 30; 13].

Потреби даного дослідження обумовлюють введення систематизації семіотичних систем за відчуттями, до яких вони апелюють. Для окреслення типів знаків, орієнтованих на різні рецептивні канали, вважаємо доцільним користуватись термінологією, яка вже залучається науковцями. Таким чином, знаки можуть бути аудіальними (їх сприймає слух), візуальними (сприймаються зором), густаторними (сприймаються смаковими рецепторами), ольфакторними (сприймаються нюхом), тактильними (сприймаються дотиковими рецепторами) [14]. А отже, виділяємо такі типи семіотичних систем:

аудіальні, візуальні, ольфакторні, тактильні, густаторні, синтетичні (поєднання раніше перерахованих різнотипних семіотичних систем у довільній кількості). У цій роботі через обмежені можливості збереження та передачі інформації сучасними носіями увагу зосередимо на перекодуванні аудіальних, візуальних та аудіовізуальних семіотичних систем за допомогою вербальної семіотичної системи.

За основне визначення коду приймемо таке: “Код – це структура, що представлена у вигляді моделі та виступає як головне правило при формуванні ряду конкретних повідомлень, які саме завдяки цьому отримують здатність бути повідомленими” [11, с. 67].

Існує гіпотеза, що механізм перекодування полягає у встановленні еквівалентності між структурами різного типу та їх елементами, при цьому ступінь змістовності процесу перекодування прямо пропорційний ступеню різнотипності структур, що зіставляються [6, с. 48]. Припускають також можливість зіставлення двох і більше кодів на базі одного простішого та всеосяжного [11, с. 67]. Спираючись на дослідження А. Пейвіо [16], та взявши до уваги критику його підходу [19, с. 310–311] припускаємо, що таким всеосяжним кодом може бути код ментальних образів. Однак проблема полягає в тому, що цей код для кожного окремого індивіда є базовим у процесі сприйняття світу та найпростішим для розуміння, але він не є загальним для всіх індивідів. Тож зупинимось на наступному визначенні: перекодування – це встановлення еквівалентності між знаками різної природи із залученням коду ментальних образів як посередника у цьому процесі.

Одним із засобів реалізації інтерсеміотичних зв'язків між різними семіотичними кодами є алюзія. Доцільним вважаємо введення поняття інтерсеміотичної алюзії. Інтерсеміотична алюзія – це використання знаків однієї семіотичної системи для відсилання до знаків іншої семіотичної системи. Інтерсеміотична алюзія дозволяє зберегти гомогенність семіотичної системи мови, якою написаний текст, де зустрічаються алюзивні засоби, синтезуючи при цьому образність семіотичної системи-джерела за допомогою “інтердискурсивної пам'яті” [10, с. 13].

Знаки різних семіотичних систем не є еквівалентними, але оскільки текст встановлює між цими елементами відповідність, адресат починає припускати наявність еквівалентності. У кожному вербальному тексті-реципієнті ця еквівалентність досягається по-різному. Якщо текст-джерело не має вербального компоненту та відсилання відбувається не шляхом використання назви тексту-джерела або імені його автора, то алюзивними засобами стають ті одиниці вербальної знакової системи, які викликають асоціації зі знаками тексту-джерела (який має невербальну природу) – наприклад, звуконаслідувальні вербальні одиниці, або вербальні одиниці, що описують будь-які невербальні знаки. Алюзивними засобами також можуть бути такі вербальні знаки: знаки вербального компоненту тексту-джерела (якщо текст-джерело має синтетичну природу); назва тексту-джерела, створеного в межах невербальної семіотичної системи; ім'я автора невербального тексту-джерела. Якщо алюзивним засобом є ім'я автора низки невербальних творів (без вказівки на конкретний текст-джерело), то до кола асоціацій потраплять стиль та індивідуальні особливості творчості автора.

Деякі дослідники стверджують, що неможливо відтворити музичний естетичний ефект, передати образність живопису, балету за допомогою виключно вербальних знаків [див., наприклад, 1], отже неповнота актуалізації змісту наперед закладена до інтерсеміотичної алюзії. Однак відомо, що алюзія має асоціативну природу [9, с. 116-117], асоціативним шляхом алюзія відсилає до естетичного досвіду людини, визиваючи в пам'яті ті чи інші образи та враження від витворів різних видів мистецтва. До того ж, “невід'ємною властивістю здійснюваних людиною когнітивних процесів є єдність чутливого і раціонального” [1, с. 28]. Зазначимо, що в результаті експерименту було доведено, що “музика, якщо вона є дійсно виразною, може викликати зорові асоціації цілком конкретного ‘семантичного поля’” [3, с. 177], тобто асоціації з певною картиною (або принаймні жанром живопису). Асоціацією будемо називати “пов'язування двох

явищ, двох уявлень, двох об'єктів і т. п., стимулу та реакцію, що його супроводжує” [4]. Отже, якщо завдяки асоціаціям можна встановити зв'язок між текстом музики та живопису, такий зв'язок можна встановити й між вербальним текстом та текстами, що створені засобами інших семіотичних систем (візуальних, аудіальних, ольфакторних, тактильних, густаторних чи синтетичних).

Для встановлення відповідності необхідно перш за все замінити знаки аудіальних, візуальних або аудіовізуальних семіотичних систем такими вербальними знаками, які б викликали найбільш наближені до них асоціації. Тоді вербальні знаки (які виступають замість аудіальних, візуальних або аудіовізуальних з метою збереження гомогенності тексту) приводяться у відповідність з іншими вербальними знаками, які безпосередньо відповідають об'єкту, що потребує перекодування. Зауважимо, що створена таким чином еквівалентність буде дійсною виключно в межах одного тексту. Якщо в тексті відсутні вербальні знаки, що безпосередньо відповідають об'єкту, то засоби, що їм відповідають, набувають алюзивного статусу, при цьому відсилання відбувається одразу у двох напрямках – до джерела (аудіальної, візуальної або аудіовізуальної семіотичної системи) та до об'єкта, який позначений вилученими вербальними засобами.

До прикладу, перекодування невербальних знаків вербальними у назві статті *Heavy Mittal* (The Economist, February 4th 2006) відбувається в три етапи: 1) встановлення асоціації: ментальний образ магната, сферою діяльності якого є сталеливарна промисловість, викликає асоціації з музичним напрямом “тяжкого металу” (напрямок тяжкого року), значну роль у цьому процесі (асоціюванні) відіграла співзвучність прізвища магната й англійської назви цієї музичної течії; 2) інтерпретація формальних характеристик алюзивних знаків: одиниця *Mittal*, що безпосередньо відповідає об'єкту перекодування, не була вилучена повністю, а увійшла до складу інтерсеміотичних алюзивних засобів, при цьому спровокувала трансформацію *Heavy Metal – Heavy Mittal*; одиниця *Heavy* додає семантичного відтінку вагомості бізнесмена, про якого йде мова в статті; 3) актуалізація змісту: бізнесмен, який є ключовою фігурою статті, є людиною жорсткою та непоступливою, водночас впливовою та поважною.

За допомогою інтерсеміотичного заголовка *The fast and the furious* (The Economist, November 25th 2006) перекодування знаків синтетичної семіотичної системи здійснюється так: 1) встановлення асоціації: виникає асоціація з фільмом, дія якого зосереджена навколо вуличних автоперегонів; 2) інтерпретація формальних характеристик алюзивних знаків: ідіома *fast and furious* означає “велика кількість”; 3) актуалізація змісту: сума вищезгаданих сем дає зміст “безліч автомобілів”, що повністю відповідає стрімкому розвитку автопромисловості Китаю, про яку і йдеться в статті.

Актуалізація змісту інтерсеміотичних алюзивних засобів *Chicago bulls* (The Economist, October 21st 2006) відбувається так: 1) встановлення асоціації: виникають асоціації з відомою баскетбольною командою “Chicago Bulls”; 2) інтерпретація формальних характеристик алюзивних знаків: одиниця *bull* позначає спекулянта, що грає на біржі на підвищення; 3) актуалізація змісту: сума асоціації з буквальним значенням лексичної одиниці дає зміст “події на біржі в Чикаго”, а в статті йдеться саме про об'єднання двох чикагських ф'ючерсних ринків.

Зміст ще однієї алюзії – *Really desperate housewives* (The Economist, December 9th 2006) – яка відсилає до аудіовізуального тексту, включає такі етапи: 1) встановлення асоціації: утворюється асоціативний зв'язок з серіалом “*Desperate Housewives*”; 2) інтерпретація формальних характеристик алюзивних знаків: одиниця *really* підсилює значення одиниці *desperate*, не змінюючи ситуації використання; 3) актуалізація змісту: йдеться про домогосподарок у скрутному становищі, – і дійсно, у статті мова йде про домогосподарок, які страждають на нездатність фокусувати увагу.

Процес актуалізації змісту інтерсеміотичної алюзії *Honey, I'll shrink the state* (The Economist, August 20th 2005) проходить так: 1) встановлення асоціації: назва статті асоціюється з фільмом та серіалом “*Honey, I Shrank the Kids*”; 2) інтерпретація формальних

характеристик алюзивних знаків: модифікації тексту-оригіналу (час дієслова: *Shrunk* > *'ll shrink*; *Kids* > *state*) вказують на зменшення державного апарату як на вже закінчену дію; 3) актуалізація змісту: державний апарат країни, про яку йдеться в статті, зменшується (у даному випадку це стосується Японії).

Отже, перекодування – це встановлення еквівалентності між знаками різної природи із залученням коду ментальних образів як посередника у цьому процесі. Актуалізація змісту інтерсеміотичних алюзивних засобів передбачає, по-перше, встановлення асоціативного зв'язку з текстом-джерелом алюзії, по-друге, інтерпретацію формальних ознак лінгвальних знаків, які мають алюзивне навантаження (наявність чи відсутність трансформацій, природа трансформацій тощо). Ключовими ознаками інтерсеміотичних алюзивних засобів є асоціативна природа та здатність апелювати до чуттєвого досвіду адресата. Перспективою дослідження вбачається виявлення психолінгвістичних параметрів перекодування знаків різних семіотичних систем вербальними знаками.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бехта І. А. Стратегії інтерпретації оповідного дискурсу / Іван Антонович Бехта // Вісник Сумського державного університету. Збірник наукових праць. Серія “Філологічні науки”. – № 3(62). – Суми: видавництво СумДУ, 2004. – С. 26–32.
2. Горелов И. Н. Вопросы речевой деятельности: Психолингвистические основы искусственного интеллекта / И. Н. Горелов. – Таллинн: Валгус, 1987. – 190 с.
3. Горелов И. Н. Разговор с компьютером: Психолингвистический аспект проблемы / И. Н. Горелов; с послесловием Д. А. Поспелова. – М.: Наука, 1987а. – 256 с.
4. Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. Под общей редакцией Е. С. Кубряковой. – М.: Филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. – 245 с.
5. Кубрякова Е. С. О связях когнитивной науки с семиотикой (определение интерпретанты знака) / Е. С. Кубрякова // Язык и культура. Факты и ценности. К 70-летию Ю. С. Степанова / [отв. ред. Е. С. Кубрякова, Т. Е. Янко]. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – С. 283–291.
6. Лотман Ю. М. Структура художественного текста / Юрий Михайлович Лотман // Лотман Ю. М. Об искусстве. – СПб.: “Искусство – СПб”, 1998. – С. 14–285.
7. Моррис Ч. У. Основания теории знаков / Чарльз Уильям Моррис // Семиотика. Сборник переводов. Под ред. Ю. С. Степанова. – М.: Радуга, 1982. – С. 37–89.
8. Пирс Ч. Начала прагматизма / Чарльз Пирс; [пер. с англ, предисловие В. В. Кирющенко, М. В. Колопотина]. – СПб.: Алетейя, 2000. – 352 с.
9. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / Анатолій Миколайович Приходько. – Запоріжжя: Прем'єр, 2008. – 332 с.
10. Соболев О. Ю. Лінгвопрагматичні засоби вираження поліфонії у сучасному французькому медійному дискурсі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.05 “Романські мови” / О. Ю. Соболев. – К., 2007. – 20 с.
11. Эко У. Отсутствующая структура: введение в семиологию / Умберто Эко. – СПб.: “Симпозиум”, 2004а. – 544 с.
12. Braun C.-A. La question de l'intermédialité dans les oeuvres sur Internet: un heritage fluxien? [Електронний ресурс] / Carol-Ann Braun, Annie Gentès // Les Cahiers Louis Lumière. – Automne 2005. – Режим доступу: <http://www.concert-urbain.org/pages/fichiers-pdf/Question-Intermedialite.pdf>
13. Guiyoba F. Intermédialité [Електронний ресурс] / F. Guiyoba // Dictionnaire International des Termes Littéraires. – Режим доступу: <http://www.ditl.info/arttest/art14847.php>
14. Hoag J. D. A Few Basic NLP Concepts [Електронний ресурс] / John David Hoag. – 2009. – Режим доступу: <http://www.nlpls.com/articles/NLPbasics.php>
15. Nortela M. Bittien poetiika. Digitaalisen fiction toiminta ja tulkinta ergodisen semiotiikan näkökulmasta / M. Nortela. – Joensuun yliopisto: Joensuu, 2008. – 244 p.
16. Paivio A. Mental Representation: A Dual Coding Approach / Allan Paivio. – Oxford, 1986. – X, 322 p.

17. Pellizzi F. Dialogism, Intermediality and Digital Textuality [Электронный ресурс] / F. Pelizzi // IASLonline Diskussionsforum. Netzkommunikation in ihren Folgen. – 29.01.2006. – Режим доступа: http://iasl.uni-muenchen.de/discuss/lisforen/pellizzi_dialogism.pdf
18. Poster M. What's the Matter with the Internet? / M. Poster. – University of Minnesota Press: Minneapolis, 2001. – 232 p.
19. Potter M. C. Conceptual Representation of Pictures and Words: Reply to Clark / Mary C. Potter, Judith F. Kroll // Journal of Experimental Psychology: General. – 1987. – Vol. 116. – No. 3. – P. 310–311.