

Gallo, Ján

**K проблематике семантической гетерогенности текста**

*Opera Slavica*. 2013, vol. 23, iss. 2, pp. 1-6

ISSN 1211-7676 (print); ISSN 2336-4459 (online)

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/127261>

Access Date: 27. 11. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

## К ПРОБЛЕМАТИКЕ СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГЕТЕРОГЕННОСТИ ТЕКСТА

Ян Галло (Нитра)

### **Абстракт:**

В статье рассматривается проблематика текстовой гетерогенности с точки зрения семиотики и лингвистики. Дается понятие и анализ семантической гетерогенности и поликодности как двух разновидностей текстовой гетерогенности. Обсуждаются также проблемы делимитации текста и приводятся два фактора определения гетерогенности текста. В качестве текста как поликодного феномена рассматриваются две точки зрения, подтверждая рассматриваемую проблематику наглядным примером.

**Ключевые слова:** визуализация, гетерогенность текста, делимитация текста, знак, код, поликодность, поликодный текст, смысл, семантика, эстетизация.

### **To the Problem of Semantic Text Heterogeneity**

#### **Abstract:**

The article deals with the problem of text heterogeneity from the semantic and linguistic points of view. It presents the notion and analysis of semantic heterogeneity and polycode as two forms of text heterogeneity. There is also discussed the issue of text delimitation and two factors of identification of text heterogeneity are shown as well. Two points of view connected with the polycode phenomena are dealt confirming presented problems by the illustrative example.

**Key words:** code, esthetics, meaning, polycode, polycode text, semantics, sign, text heterogeneity, text delimitation, visuality.

## **1. Понятие семантической гетерогенности**

Проблема текстовой гетерогенности охватывает широкий круг явлений и выходит за рамки собственно лингвистических представлений о текстuality как совокупности признаков, делающих текст текстом. Текст является, как известно, предметом рассмотрения в семиотике, науке о строении и функционировании различных знаковых систем, хранящих и передающих информацию.

С общесемиотической точки зрения возможно исходить из широкого понимания текста как сложно организованного знака, подразумевая под этим совокупность всех коммуникативных сигналов любой формы, так или иначе задействованных в интерактивном процессе. Текстом считается содержательно взаимосвязанная последовательность любых знаков. В таком

понимании с позиции культурологии и семиотики текстом является танец, обряд, архитектурное или музыкальное произведение и т. д., все те артефакты, которые определённым образом закодированы, функциональны и являются результатом интенционального действия субъекта. Они рассматриваются как аналогичные языковым текстам, обладающие содержательным единством. Подобный широкий семиотический подход распространяется в целом на понимание культуры как текстовой системы. Последовательно эта точка зрения представлена, например, в работе *Kultur als Zeichensystem. Zur semiotischen Explikation kulturwissenschaftlicher Grundbegriffe*. (Posner, 1991, 36–74), включающей обзор проблематики в целом.

Заметим здесь, что широкий семиотический подход к тексту прибавляет неоднозначности проблеме делимитации текста, то есть установления границ текстовой протяжённости и отделения текста от нетекста.

При обсуждении проблемы идентификации и делимитации текста наиболее взвешенной представляется точка зрения и терминология известного лингвиста Карла Гуазенбласа (1984, 1–7): в зависимости от принципа формулирования текста возможно говорить о его трёх разновидностях. Выделяются:

а) **лингвистические (вербальные) тексты** (напр. деловой, научный и т. д.). Они также не однородны по своему составу: они могут включать знаки-иконы т. е. таблицы, схемы, рисунки и т. д.

б) **экстралингвистические (невербальные)** (напр. музыкальное произведение, танец и др.) и

в) **смешанные тексты** с преобладанием либо вербальных, либо невербальных компонентов (напр. комиксы, рекламные сообщения – рекламный плакат, телевизионная реклама, радиореклама и др.) Минимальное требование лингвистики, предъявляемое к текстам, – наличие языковых знаков, которые в ряде случаев должны быть доминантными.

Таким образом, гетерогенность текста определяется двумя факторами:

1) использованием в тексте разных типов знаков;

2) закодированностью текста как минимум двумя языками. Эта двойная закодированность текста является его принципиальным свойством. В любом тексте присутствуют два кода (языка) – языковой код и текстовый код. Каждый знак в тексте реализует одновременно два аспекта своей семантики: значение и речевой смысл, появляющийся у этого знака только в пределах данного текста. В качестве примера приводим отрывок из романа Анатолия Рыбакова «Тридцать пятый и другие годы» (1990, 36): *«Я никак не могу забыть Вашего „звоните“, брошенного мне со ступеньки трамвайного вагона. Для меня, знающего Вас, это „звоните“ – всего лишь „до свидания“, к сожалению, ни на какое свидание не намекает. Если бы вы сказали „позвоните“ – это было бы не только Ваше разрешение, но и Ваше*

*желание. Две буквы, а какая разница. „Позвоните“ не говорится в первый день знакомства».* Значения глагола *звонить/позвонить* в данном отрывке реализуются общими условиями осуществления коммуникативного акта, которые Т. Слама-Казак (1961, 215–216) называет **глобальным контекстом** (*le contexte total*) а В. Я. Мыркин (1994, 50–51) – **коммуникативным**. При этом если всё многообразие текстов расположить на шкале с параметрами реализации речевого смысла и системного значения знака, то в официально-деловых текстах будут преобладать языковые знаки, выражающие системные значения, а в художественных текстах – речевые смыслы.

Таким образом, семантическая гетерогенность текста обуславливается сопряжением в нём системных значений и речевых смыслов.

Одной из разновидностей семантической гетерогенности текста является его поликодовость.

## **2. Поликодовость как разновидность семантической гетерогенности текста**

Текст предстаёт сегодня как действительно многомерное явление, как поликодовый феномен, что отражается в таких видовых определениях, как *креолизованный текст, гибридный текст, супертекст; бимедиальный текст, полимедиальный, мультимедиальный текст; полимедиальный вербально-визуальный текст, поликодовый текст*. Эти понятия свидетельствуют о том, что текст как коммуникативная величина не ограничивается лишь языковой составляющей. Они характеризуют текст как объект междисциплинарных исследований. «Материя» текста соткана из многих различных элементов, существенно влияющих на восприятие текстового целого. Не только особенности соединения языковых знаков в текстовую ткань, но и графическое, шрифтовое, визуальное, цветовое оформление – то, что называется текстовым дизайном, попадает в сферу интересов лингвистов, поскольку помогают определить смысловую архитектуру текста.

Текст, таким образом, является **поликодовым вербально-визуальным единством**.

Так, с одной стороны, поликодовость текста фокусирует факт взаимодействия различных кодов, если понимать под кодом систему условных обозначений, символов, знаков и правил их комбинации между собой для передачи, обработки и хранения (запоминания) информации в наиболее приспособленном для этого виде. В языкознании такое понимание кода применяется к языковым знакам и правилам их соединения между собой в тексте.

С другой стороны, понятие и термин «поликодовый текст» акцентирует внимание на дискурсивном характере описываемой денотативной ситуации.

Итак, понятие «поликодовый текст» служит средством репрезентации текста как когерентного целого, слагаемого из нескольких семиотических кодов.



На рисунке приводится пример поликодового текста современного художника Глеба Андросова. Этот текст принадлежит жанру анти-социальной рекламы.

Плакат-пародию художник Глеб Андросов создал как возможный иронический ответ от имени бизнесменов на известную рекламу налогового ведомства, которая призывает всех в установленный срок и в полном объеме платить налоги. Основу плаката образует стиль Окон Российского телеграфного агентства («Окна

РОСТА»), на который указывают три легко распознаваемые аллюзии: поэтический ритм, выразительность формулировок и сатирический тон Владимира Маяковского, одного из авторов «Окон РОСТА», а также типичный для конструктивизма стиль. Кроме того важно учитывать, что для Маяковского были характерны сатирические поэтические реакции «от противного» как это указано в «Гимне взятке» (1915), «подбадривающем» взяточников: *«И ничего не доказывать – / идите и берите. Умолкнет / газетная нечисть ведь. / Как баранов, надо стричь и брить их»*. Именно эти творческие принципы В. Маяковского использовал Г. Андросов для образования стиля плаката – ответа русских бизнесменов на плакат – вызов налоговых инспекторов к тому, чтобы сам способ такого плаката, с одной стороны, способствовал олицетворению качеств, которые в русском обществе связаны с образом «новых русских» (презрительность к общественным нормам и нарушение законов, грубость). С другой стороны, если мы будем следовать сатирическим традициям знаменитого русского поэта, способ плаката вызывал бы художественный продукт достойного эстетического качества.

В целом можно констатировать, что многомерный взгляд на текст как поликодовое образование является следствием и отражением поликодового характера письменной коммуникации. В качестве одной из современных

тенденций её совершенствования следует назвать *эстетизацию* коммуникации, проявляющуюся в усиленной *визуализации* текста.

Эстетизация, т. е. опора на внешнюю красоту, дизайн, характеризует сегодня практически все сферы коммуникации: рекламу, СМИ, политику, сферу политического и каждодневного общения. Так, например, В. Вельш говорит об «*эстетизации всего нашего жизненного пространства*» (Welsch, 1993, 7–9).

Визуализация текста – проявление общей тенденции к эстетизации изображения и одновременно проявление *интермедиального* характера нашей коммуникации. Текст во многих своих формах существования воспринимается как единство языковой составляющей и сопровождающей его иллюстрации. Вербальное и визуальное соединяются в тексте в когерентное целое.

Речь может идти о разных отношениях между вербальной и визуальной составляющей в поликодовом тексте. Например, о *дополнительном* отношении, когда иллюстрация служит своего рода декоративным выделением сообщения в тексте и фактически является его двойным кодированием для усиления информационного веса. Так, изображение довольных смеющихся лиц покупателей в коммерческой рекламе или несчастных страдающих, нуждающихся в помощи стариков / детей в социальной рекламе выступает средством дополнительной эмоционализации и экспрессивности сообщения, которое, воспринимаясь целиком как вербально-визуальный текст, усиливает свою персуазивность.

#### Выводы:

Текст как последовательность знаков представляет собой гетерогенное явление, что проявляется в использовании в тексте знаков разных типов (индексов, символов, икон и метазнаков) и в закодированности текста как минимум двумя языками. Гетерогенность текста выступает его принципиальным качеством.

Изучение взаимодействия и взаимопроникновения средств вербализации и средств визуализации сообщения, то есть изучение поликодовых текстов отвечает новым тенденциям развития лингвистической науки на новом этапе в её культурно-семиотических и мультимедийных координатах. Проявлением этих тенденций следует считать, в том числе, расширение «сферы влияния» интертекстуальности на явления так называемой интермедиальности и интериконичности.

Итак, как показывают наши наблюдения, любой текст является поликодовым образованием, однако наиболее ярко семантическая гетерогенность представлена в художественных текстах.

**Литература:**

- АЛЕФИРЕНКО, Н. Ф. и др.: *Текст и дискурс: учебное пособие для магистрантов*. 1-е изд. Флинта: Наука. Москва 2012.
- АЛЕФИРЕНКО, Н. Ф.: *Живое слово: проблемы функциональной лексикологии: монография* Флинта: Наука. Москва 2009.
- АЛЕФИРЕНКО, Н. Ф.: *Спорные проблемы семантики: монография*. Гнозис. Москва 2005.
- ЗЕМСКАЯ, Ю. Н. и др.: *Теория текста: учеб. пособие*. под ред. А. А. Чувакина. – 2-е изд., перераб. и доп. Флинта: Наука. Москва 2010.
- КРУГЛИКОВА, Н. П.: *Языковые средства плаката: семантический и прагматический аспекты (на материале британских и американских плакатов I и II мировых войн)*. Автореф. дис. канд. филол. наук. Санкт-Петербург 2005.
- МЫРКИН, В. Я.: *Язык – речь – контекст – смысл*. Изд-во Поморск. междунар. пед. ун-та. Архангельск 1994, 50–51.
- СЛЫШКИН, Г. Г. – ЕФРЕМОВА, М. А.: *Кинотекст. Опыт лингвокультурологического анализа*. Володей Publishers. Москва 2004.
- Текст: теоретические основания и принципы анализа: учебно-научное пособие*. Под ред. проф. К. А. Роговой. Златоуст. Санкт-Петербург 2011.
- ЧЕРНЯВСКАЯ, В. Е.: *Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность*. Учебное пособие. Книжный дом «ЛИБРОКОМ». Москва 2009.
- ШТЫРОВА, А. Н.: *М. Ю. Лермонтов в диалоге с европейским романтизмом. «Зачем я жил...» Научная монография*. Изд-во «Научная книга». Тверь 2011.
- HAUSENBLAS, K.: *Text, komunikáty a jejich komplexy (Zamyšlení pojmoslovné)*. In: Slovo a slovesnost 45, 1984, č. 1, 1–7.
- HOLTHUIS, S.: *Intertextualität. Aspekte einer rezeptionsorientierten Konzeption*. Stauffenburg. Tübingen 1993, 114–117.
- POSNER, R.: *Kultur als Zeichensystem. Zur semiotischen Explikation kulturwissenschaftlicher Grundbegriffe*. In: A. Assmann, D. Harth. (Hrsg.). Kultur als Lebewesen und Monument. Fischer. Frankfurt am Main 1991, 36–74.
- SLAMA-CAZACU, T.: *Langage et contexte*. S-Gravenhage 1961, 215–216.
- SOKOLOVÁ, J.: *Tri aspekty verbálneho textu*. UKF. Nitra 2012.
- WELSCH, W. (Hg.): *Die Aktualität des Ästhetischen*. Wilhelm Fink Verlag. München 1993.

**Источники:**

- МАЯКОВСКИЙ, В. В.: *Гимн взятке*. 1915. In: Полное собрание сочинений. Т. 1–13. Гослитиздат. Москва 1955–1961.
- Роман-газета*. 1990. № 12, 36.