

Валерия Е. Чернявская (Санкт-Петербург)

Какие текстовые границы нужны лингвисту? Поликодовые и гибридные тексты

Ключевые слова:
гетерогенный текст,
поликодовый текст,
тип текста, монтаж
текстотипов.

У чланку ауторка се бави, с једне стране, текстовним границама, доводећи их у везу са пантекстуалношћу, а с друге стране, истражује текстовне границе, укључујући традиционалну типологију текста засновану на посебним видовима, жанровима, типовима.

Вопрос о границах предмета исследования – ключевой для любой науки. С одной стороны, это вопрос о самой протяженности – ограниченности – текста как лингвистической категории в семиотическом универсуме. И здесь наш вопрос о текстовых границах смыкается с проблемой пантекстуальности. С другой стороны, изучение границ текстов – традиционно вотчина типологии текста, члениющей текстовый континуум на отдельные виды, жанры, типы текстов. И поставленный вопрос следует понимать как вопрос о границах текстов между собой – строго заданных, статичных или же гибких, подвижных. Предлагаемые читателю рассуждения привлекают внимание именно к этому

аспекту проблемы. Статья рассматривает типологию текста в процессуальном ракурсе как феномен гибкости межтекстовых границ. Феномен монтажа текстовых типов изучается как проявление общего антропоцентрического характера языковой коммуникации.

Проблема, выносимая на рассмотрение в этой статье, это проблема текстовой смешанности, неоднородности, гетерогенности, прослеживаемой и на уровне содержания, и на уровне формы.

Креолизованный текст, супертекст; бимедиаальный, полимедиаальный, мультимедиаальный текст; вербально-визуальный текст (Sprache-Bild-Text), поликодовый текст – вот термины, которые вошли в научный оборот, подчеркивая, что текст

Стил 2008

как коммуникативная величина не ограничивается лишь языковой составляющей. «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 (*Textdesign*), попадает в сферу интересов лингвистов и обуславливает выводы относительно функционирования текстовых смыслов.

Гетерогенный текст как поликодовое единство

Проблема текстовой гетерогенности охватывает широкий круг явлений и выходит за рамки собственно лингвистических представлений о текстуальности 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 понятия текста как сложно организованного знака, подразумевая под этим совокупность всех коммуникативных сигналов любой формы, так или иначе задействованных в интерактивном процессе. И текстом считается содержательно взаимосвязанная последовательность любых знаков. В таком понимании с позиции культурологи и семиотики текстом является танец, обряд, архитектурное или музыкальное произведение *etc.*, все те артефакты, которые определенным образом закодированы, функциональны и являются результатом интенционального действия субъекта. Они рассма-

триваются 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 (Posner 1991), включающей обзор проблематики в целом.

Согласно мнению ученого, текст как культурно-семиотический феномен должен отвечать трем условиям для признания его статуса как такового. Во-первых, явление, идентифицируемое как текст, должно быть артефактом, то есть результатом целенаправленного действия (субъекта). Во-вторых, оно должно иметь инструментальный характер, иметь назначение в рамках определенной культуры. В-третьих, оно должно иметь кодированный характер, то есть в рамках определенной культуры должен существовать код, приписывающий ему некое(-ие) значение (-я) (Posner, там же, с.46). Таким образом, текст – это то, что определенным образом закодировано, целенаправлено и имеет функцию (назначение).

Заметим здесь, что широкий семиотический подход к тексту прибавляет неоднозначности в проблему делимитации текста, то есть установления границ текстовой протяженности и отделения текста от нетекста. Расширение границ понятия «текст» рассматривается, как известно, в связи с так называемой пантекстуальностью, существо которой образно определяется словами немецкого ученого: «Тексты всех мастей покидают свою бумажную вотчину и захватывают ранее семиотически нетронутые земли» (Schmitz 1996: 26, перевод мой – В. Ч.). Особый ракурс этой проблемы задает и концепция интертекстуальности в ее ра-

дикальном варианте «все есть текст»; об этом подробнее в дальнейшем. Итак, семиотическое определение текста создает трудности для собственно лингвистического оперирования термином текста.

Одним из следствий подобной «пан-текстуальности» является превращение лингвистики текста в семиотическую дисциплину, подчиненную широкому пониманию знака. Но оправдана ли такая семиотическая максима? – вот вопрос, который встает при внимательном знакомстве с проблемой. Ведь она не является однозначной и беспроблемной даже в рамках семиотического (не узколингвистического) подхода. Так, тот широкий семиотический смысл, который вкладывается в интерпретацию любых знаковых систем (и вербальных, и невербальных), иногда оборачивается крайностью и позволяет, с точки зрения приверженцев этого подхода, рассмотреть в качестве текста не только названные выше ритуал, обряд, танец, архитектуру, культуру в целом, но и далее «геном человека как текст», «ментальность как текст», «жизнь как текст», в конечном итоге – «мир как текст». И тогда «возникает иллюзия диалогов интерпретатора с миром... как если бы интерпретатор имел дело с сообщениями-знаками на языке природы и общества (мира) (Никитин 2003: 260). В основе этой иллюзии лежит подмена знаков псевдознаками, не являющимися интенциональным информативно-волевым действием субъекта. Отвечая далее на вопрос, «почему мир не текст», повторю очень удачное определение М. В. Никитина: «податливость» естественно-го языка к вторичной тропеической номинации оказывает здесь исследователю дурную услугу. Метафора... недостаточно критичному уму может и навредить, сбивая мысль на неоправданные сближе-

ния и обобщения» (там же, 260–261). Это означает, что наблюдатель-интерпретатор за всяким извлекаемым значением видит знак. К знаку он приравнивает любые воспринятые сущности и тем самым отказывает знаку в его специфике: интенциональность и субъект-отправитель исключаются из основных условий прототипической знаковой ситуации. Получается, что достаточно события и интерпретатора, осознающего его значение, чтобы возник «диалог» интерпретатора с миром. И тогда наряду с текстами в лингвистическом смысле появляются тексты-миропроявления. События принимаются за текст, а импликации из событий – за их значения. Максимально, что лингвист может оставить за утверждением, типа «мир есть текст», – это «утверждение относительно неких существенных признаков мира, варьирующее свой смысл в рамках уподобления мира тексту, но отнюдь не в рамках приравнивания мира тексту» (там же, 263).

Ошибочность, по М. В. Никитину и с моей собственной точки зрения, подобных расширенных толкований текста делает их для многих языковедов неприемлемыми при обсуждении проблемы идентификации и делимитации текста. Наиболее взвешенной представляется точка зрения и терминология известного лингвиста Карла Гаузенбласа: в зависимости от принципа формулирования текста возможно говорить о его трех разновидностях. Выделяются *лингвистические* (вербальные) тексты, *экстралингвистические* (невербальные): музыкальное произведение, танец etc. и *смешанные* тексты с преобладанием либо вербальных, либо невербальных компонентов: комиксы, рекламные сообщения etc. Минимальное требование лингвистики, предъявляемое к текстам, – наличие языковых знаков,

которые в ряде случаев должны быть доминантными.

Представляется, что именно в таком, указанном выше, соотношении лингвистического и семиотического в проблеме текстуальности следует рассматривать используемый рядом отечественных исследователей термин *креолизованный текст*.

108

Креолизованный текст анализируется как особая разновидность текста, «фактура которого состоит из двух негомогенных частей: вербальной и невербальной, принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык» (Сорокин, Тарасов 1990: 180). Содержание креолизованного текста, по мнению исследователей, работающих с этим термином, кодируется в разных знаках – вербальных и изобразительных, при этом создается особый лингво-визуальный феномен, «в котором вербальный и изобразительный компонент образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, обеспечивающее его комплексное, прагматическое воздействие на адресата» (Анисимова 1992: 73). Е. Е. Анисимова рассматривает креолизованный текст с точки зрения взаимодействия вербальных и паралингвистических средств в письменной коммуникации. При этом подчеркивается, что в данном аспекте эта проблема исследуется и в семиотике, теории массовых коммуникаций, психолингвистике.

К такого рода креолизованным текстам относят, как отмечено выше, афиши, транспаранты, листовки, комиксы; карикатуры; плакаты; кинотекст.

При общем интересе к так называемым креолизованным текстам собственно механизм, лежащий в основе порождающих их процессов остается в ряде работ нераскрытым. Кроме того, сам термин

«креолизованный текст» для обозначения смешанных текстов с лингвистическими и нелингвистическими компонентами не представляется вполне удачным и однозначным. За эти термином уже закреплено известное содержание, а именно, креолизацией называется процесс формирования языка на основе пиджинов в условиях ограничения контактов носителей языка-источника с носителями других несхожих с ним языков. Креольские языки характеризуются в специальной литературе как смешанные языки, то есть представляющие комбинацию словаря одного языка с грамматикой другого (см.: ЛЭС 1990: 245). Очевидно, что в случае взаимодействия вербальных и невербальных компонентов в тексте речь идет о «смешении» совсем другого рода, и использование здесь слова «креолизованный» не добавляет однозначности.

В немецкоязычной специальной литературе для обозначения интересующего нас явления широко используется термин *коммуникат* (*Kommunikat*; *Gesamtkommunikat*), вполне утвердившийся в научном обороте при обсуждении явлений текстовой смешанности. Собственно, «коммуникат» появился в научных дискуссиях одновременно с обсуждением «семиотической и культурологической экспансии» в область текста. Поэтому в попытках отграничить собственно лингвистический текст как единство вербальных знаков от *сложного многоуровневого знака, в котором интегрированы в единое коммуникативное целое текст (вербальная составляющая), визуальное изображение (шрифт, иллюстрации, общий дизайн и т.п.) и аудиокомпонент (звуковое сопровождение в рекламе, например)*, было введено понятие *коммуникат*. Коммуникат выступает как понятие, противопоставляемое тексту в

узколингвистическом понимании: коммуникат не тождественен тексту.

Коммуникат, таким образом, это многоуровневый полимедиаальный продукт коммуникативной деятельности, вербальное и невербальное – пара- и экстравербальное знаковое множество. В таком понимании с ним коррелирует еще один термин – *поликодовый текст*. Этот термин гораздо более точно и менее натянуто, чем упоминавшийся термин «креолизованный текст», передает суть рассматриваемого феномена (см. подр.: Чернявская 2006, 2008).

Соединение вербального и невербального компонентов в поликодовый текст – это один из возможных ракурсов рассмотрения феномена текстовой разнородности. Это, хотя и спорный для лингвистов, но одновременно и самый броский, очевидный пример того, что можно было бы назвать текстовой гетерогенностью. Здесь мы хотели бы привлечь внимание к иной стороне этого многогранного явления: гетерогенным может быть вербальный текст, играющий с текстообразующей нормой.

Гетерогенный текст как монтаж текстотипов

Предметом анализа в рамках данной статьи становится, таким образом, особая разновидность текстовой гетерогенности, создаваемой через *монтаж текстовых типов*, при котором во взаимное соприкосновение приходят различные модели текстопорождения и текстовосприятия. Текстовая неоднородность, создаваемая за счет взаимодействия различных типов текста внутри одного произведения, связывается исследователями с т.н. гибридными текстами. Например, Е. Е. Анисимова понимает «под гибридность текста

его способность сочетать в себе стилистически разнородные элементы, признаки разных типов текста». К понимаемым так гибридным текстам относятся художественные тексты, построенные с опорой на прием стилизации и пародирования; а также публицистические, научные, учебные тексты, привлекающие другие типы текстов в документальных и иллюстративных целях. (Анисимова 1992: 76)

В функциональной стилистике и лингвистике текста традиционно создавались типологии текстов с точки зрения их строгого или нестрогого соответствия некоему образцу, их конвенциональности и неконвенциональности.

Так, известно предложенное Е. И. Шендельс и развиваемое многими авторами деление текстов на закрытые и открытые. Закрытые тексты имеют, как правило, небольшой объем, построены по единому композиционно-архитектоническому образцу, которому наиболее строго следуют в своих сильных позициях, то есть начале и конце. Примерами закрытых текстов можно считать заявление о приеме на работу, автобиографию, патент, метеосводку, инструкцию по пользованию техникой, кулинарный рецепт, извещение и другие типы текстов официально-деловой коммуникативности.

Открытые тексты могут иметь различный объем и меньше привязаны к текстовому прототипу. Вариативной может быть их композиция, архитекtonика, морфологическая и синтаксическая структура текстов, что не исключает установление и в этом случае схемы инвариантных признаков в плане содержания и выражения. К классу открытых текстов относят научные тексты: монографию, диссертацию, статью, доклад, рецензию, лекцию, учебник; а также журналистские,

публицистические, художественные тексты устной коммуникативности.

Текстовая гетерогенность в том ракурсе, в который выводят ее, например, исследования так называемых креолизованных текстов (поликодовых текстов; коммуникатов) остается, как уже было замечено, проблемой установления текстового статуса и шире – идентификации и делимитации текста с общесемиотических позиций. Здесь лингвистика противостоит семиотике, и гетерогенность текста рассматривается, собственно, в соотношении объемов вербальных и невербальных компонентов.

В рамках предпринимаемого здесь анализа внимание привлекается к текстовой гетерогенности в ином роде, а именно, к гетерогенности на уровне текстообразовательной модели, к тому, что называется *контаминация, смешение, гибридизация текстовых типов*. Явление, рассматриваемое здесь, может быть представлено как диалог текстового экземпляра с его конвенциональной нормой. По сути это диалог между функцией – коммуникативным назначением – текста и потенциально возможной формой для воплощения этой функции.

Для нас принципиально значимо следующее положение.

Функциональный подход, доминирующий сейчас в лингвистике, привязывается часто к тому утверждению, что текстовая форма *полностью* следует (должна следовать!) за функцией. В действительности же полный изоморфизм поверхностного и функционального уровней текстовой организации возможен в ряде случаев и соответствует, скорее, идеальным представлениям о человеческой коммуникативности, нежели ее практически наблюдаемым проявлениям. Гораздо чаще выбор формы, то есть тексто-

образовательной модели и одновременно коммуникативно-когнитивной операции по ее актуализации, осуществляется субъектом не в полном соответствии функционально-детерминированным ожиданиям, адресата. Форма текстового произведения может поддержать его основную интенцию или же стать деструктивным фактором при выражении интенции. Примером, иллюстрирующим последнее обстоятельство, может служить такая ситуация, когда письмо, предназначенное для выражения сочувствия и соболезнования (что равно функции текста), пишется его отправителем, например, на цветной бумаге с розочками и бантиками или не содержит подписи. В таком случае тип текста «соболезнование» не может быть идентифицирован как таковой, и, соответственно, не может быть реализована связанная с ним функция.

Одновременно с этим рассмотрим другой текстовый экземпляр.

После поражения Бразилии в футбольном матче с командой Португалии в 1960-х гг. в одной из бразильских газет появился оплаченный болельщиком текст:

Настоящим сообщаем, что вчера... безвременно скончалась сборная Бразилии, которая при жизни была двукратным чемпионом мира по футболу. Потрясенная горем семья, состоящая из 90 миллионов бразильцев, узнав об этом, прощается и скорбит...

Далее шли угрозы в адрес «виновников смерти» – тренеров, администрации команды и т.д. (по газете «Наш Зенит», 2005, №47).

В формально-содержательной структуре этого текста с очевидностью со-

держатся речевые образцы, лексико-грамматические конструкции, в целом свойственные типу текста «соболезнование», а именно:

1) инициальное предложение извещает о факте смерти;

2) содержится указание на внезапность, безвременность утраты;

3) лексические единицы с семантикой соболезнования (потрясенный, горе, скорбеть) и близких отношений (семья) создают соответствующий типу текста эмоциональный настрой: оплакивание близкими людьми потери.

При этом анализируемый текст не является соболезнованием или некрологом и не распознается читателем как таковой. Его подлинная, собственно текстообразующая интенция – не только и не столько контактоустанавливающая, как выражение соболезнования, но персуазивная как выражение негодования, возмущения из-за спортивного проигрыша любимой команды. Самобытная оригинальность, неожиданность в выборе формы такового высказывания через имитацию иного типа текста только усиливает, прагматически фокусирует воздействующее на значение текстового целого.

Показательно, что с явлениями подобного рода мы все чаще сталкиваемся в повседневной жизни, на примере так называемых *текстов повседневного общения* (по аналогии с немецким термином *Gebrauchstextsorten*). Для того, чтобы привлечь внимание потенциального адресата, информировать, поучать его, поощрять к посткоммуникативным действиям и, вообще, в целях оригинального, броского, выделяющего из общей массы самовыражения, *создаются тексты, нарушающие канон*. Объявления, реклама, граффити, речевки, лозунги, афоризмы, тексты публицистические, политические,

научно-популярного характера возникают как «жанровые гибриды» с отклонениями от ожидаемого стандарта.

Нельзя не отметить, что контаминация текстовых типов может рассматриваться как следствие феномена пародирования. Несмотря на давнюю традицию изучения в риторике, стилистике, литературоведении, в теории интертекстуальности пародия остается одним из наиболее сложных для четкой и однозначной дифференциации от других типов межтекстового взаимодействия, или, точнее говоря, от других типов игры с текстами. Действительно, в основе пародии лежат игровые стратегии ее автора, трансформирующего исходные тексты – предтексты. В результате же возникает новая разновидность текста, который может быть назван «трансформированным текстом».

В анализе текстовой гетерогенности в том ракурсе, который обозначен как «диалог текстотипов» наиболее четко структурированной и практикабельной представляется точка зрения немецкого лингвиста У. Фикс. Ею предложено разграничивать явления монтажа, смешения и разрушения текстотипа.

Монтаж текстовых типов (*Textmustermontage*), по Фикс, предстает как соединение нескольких текстовых экземпляров, которые принадлежат в отдельности разным текстообразующим моделям, но выражают единую функцию.

Смешение текстовых типов (*Textmischer Mischung*) дает такое текстовое произведение, которое по своей иллокутивной, пропозициональной и формальной организации может быть отнесено не к одному, но одновременно к нескольким образцам текстового построения.

Нарушение текстового канона (*Textmusterbruch*) имеет место в тех случаях,

когда текстовый экземпляр наряду с очевидными, типичными для известной текстовой модели признаками и свойствами обнаруживает еще и другие, дополнительные речевые характеристики, не соотносимые однозначно с каким-либо другим типом текста.

112

Эти возможные текстовые отношения рассматриваются как варианты типологической интертекстуальности в системе взаимодействия «текстовый экземпляр – текстовый прототип». Приводимые иллюстрации и лингвистический анализ немецкого ученого касаются в основном явлений монтажа и смешения текстовых прототипов (см. примеры в Fix 1998). Наш собственный анализ англоязычных публикаций по проблемам типологии текста выявляет параллельные термины для обозначения обсуждаемого явления: *genre linkage*, *genre blending*, *genre fraction*.

Примером монтажа текстотипов, следуя делению, предложенному У.Фикс, можно считать соединение научного текста, в частности, медицинского, естественно-научного, с одной стороны и рекламного текста, с другой.

БАКСИН – мудрость природы на страже нашего здоровья!

1. Использование бактерий в медицине практикуется уже достаточно давно. Всем хорошо известны целебные свойства молочнокислых продуктов, а высушенные лакто- и бифидобактерии широко применяются для лечения кишечных заболеваний.

2. Галобактерии – удивительные микроорганизмы, одни из немногих обитателей соленых вод Мертвого моря. Долгий эволюционный путь в концентрированном растворе соли

под лучами жаркого южного солнца позволил им создать свою собственную систему адаптации и выработать в себе вещества, важные и для защиты здоровья человека.

3. Прежде всего, в галобактериях в уникальном сочетании представлены эффективные антиоксиданты: каротиноиды, аскорбиновая кислота, витамин Е и селен, которые защищают организм человека от повреждающего действия свободных радикалов. Известно, что дефицит антиоксидантов приводит к возникновению катаракты, опухолей, развитию сердечно-сосудистых и других заболеваний.

4. Клетки галобактерий содержат макро- и микроэлементы, способствующие укреплению иммунитета: витамины В1, В2, В6, Н, РР, аминокислоты, а также все разнообразие минералов Мертвого моря: калий, натрий, кальций, магний, железо, марганец, цинк, фосфор, медь, селен, хром.

5. БАКСИН – препарат нового поколения, созданный на основе бактерий *Halobacterium halobium*. Созданный на основе инновационных технологий компанией «НИКОФАРМ» отечественный препарат БАКСИН собрал в себе все полезное, присущее галобактериям. В каждой капсуле препарата БАКСИН содержится комплекс витаминов, аминокислот, антиоксидантов и минералов, заботливо подобранный удивительными микроорганизмами – галобактериями *Halobacterium halobium*.

6. БАКСИН. Препарат нового поколения. Имеются противопоказания.

Приведенный текст построен как соединение – монтаж – специального текста (первая часть 1–4), сообщающего о традициях использования в медицине бактерий и их пользы для человека, и рекламного текста (вторая часть 5–6), призывающего купить данный препарат. При этом указание на рекламный характер сообщения в целом «на правах рекламы» напечатано мелким шрифтом и не бросается в глаза.

Здесь персуазивный эффект рекламного сообщения поддерживается опорой на авторитет науки. Воздействующий характер обеспечивается за счет наукообразности текстового целого, через использование, например, специальных понятий, терминов, в том числе латинских названий; указание на инновационные технологии и в целом в сочетании с гиперболизированной положительной оценкой рекламируемого товара (ср. семантику языковых единиц: удивительные, уникальное, полезное, заботливо и др.).

Смешение текстовых прототипов характеризует такую коммуникативную ситуацию, когда текст одной типологической разновидности «похож» на иной функциональный стиль или текстовый тип, например, текст для специальных целей (инструкция, рекламное объявление) соотносится с моделью построения литературных художественных текстов. В круг подобных явлений входят, в частности, дискурс рекламы, тексты которого появляются в облике другого типа текста – энциклопедической статьи (Sandig 1986, 1989); рецепта-вкладыша, сказки, молитвы, религиозной заповеди (Fix 1998) и др.

Проиллюстрируем это примерами на материале немецкого языка.

1. Jose und 40 Räuber

Es war einmal ein Junge, der hieß Jose. Er betete seit Jahren, der Bürgerkrieg in seinem Land Kolumbien solle enden. Doch niemand erhörte ihn. Einer Nachs klopfte es auf einmal auf seiner Tür. Dort stand jedoch keine Prinzessin, die den Krieg wegzaubern wollte, sondern eine Gruppe von 40 bewaffneten Männern, die seinen Vater bedrohten, schlugen und der Familie befahlen, bei Tagesanbruch ihr Heim zu verlassen. Auf der Suche nach einer neuen Bleibe landeten sie schließlich in Soacha, einem Slum am Rande von Bogota. Ohne Betten. Ohne Strom. Ohne sauberes Trinkwasser. Ohne medizinische Versorgung. Und wenn sie heute nicht gestorben sind, dann sterben sie ohne Hilfe womöglich morgen.

Ihre Spende rettet Leben. Ärzte ohne Grenzen e.V. Spendenkonto...

(Spiegel, № 52, 24.12.2005, S. 108)

2. Alima im Hungerland

Es war einmal ein Mädchen namens Alima, das lebte in der Sahelzone am Niger. Alima träumte davon, dass ihre Familie endlich wieder genügend zu essen hat. Einer Nacht sprach sie in den Himmel: „Bitte mach, dass wir nicht verhungern!“ Aber es erschien keine Prinzessin, um ihren Wunsch zu erfüllen. Keine weise Frau oder irgendeine Art von Zwerg tauchte auf, um magische Kräfte für sie arbeiten zu lassen. Nicht einmal ein lausiger Frosch ließ sich blicken. Alima und ihre Familie litten weiter. An Hunger und an Durst. Und wenn sie heute nicht gestorben sind, dann sterben sie ohne Hilfe womöglich morgen.

Ihre Spende rettet Leben. Ärzte
honey Grenzen. e.V. Spendenkonto
(Spiegel, 2005, № 49)

114

Оба текста представляют собой социальную рекламу, цель которой – призыв к сбору средств в пользу нуждающихся, страдающих от войны и голода жителей Африки и Южной Америки. Они построены во многом по единому образцу, а именно, и тот и другой текст имитируют детскую сказку, причем сказочная картина мира трансформируется включенными в нее современными реалиями. Так, в первом примере соотнесенность со сказкой актуализуется уже в сильной позиции текста – его зачине, традиционному для начала сказок: *Es war einmal ein Junge...* (ср. в русском языке: жил-был мальчик..., и звали его...), в самом заголовке, интертекстуально отсылающем к известной сказке про 40 разбойников. Сказочный мотив поддерживается семантикой таких языковых единиц, как *beten* (молить о чем-либо), *Prinzessin, zaubern* (околдовывать, творить волшебство). Эффект обманутого ожидания и перевод сказочного зачина в современную реальность создается за счет единиц с противоположной семантикой: *Bürgerkrieg* (гражданская война), *bewaffneten Männern* (вооруженные люди), *bedrohten, schlugen* (угрожали, били). Таким образом создается параллельная сказочному и естественному для детей миру жесткая картина реального мира, в котором нет света, питьевой воды, медицинского обеспечения, но есть трущобы и горе. Завершающая фраза снова играет типично сказочным концом: *Und wenn sie heute nicht gestorben sind*, которая в сказках продолжается: *dann leben sie noch heute* – «и если они не умерли, то живы до сих пор». Речевое клише из сказок здесь

трансформируется и переиначивается так, чтобы читателю стало ясно: «если они не умерли сегодня, то умрут завтра – без помощи».

Финальное предложение текста – своего рода шов между сказкой как текстовым типом и социальной рекламой – это стереотипная формула с призывом жертвовать деньги и указанием номера счета организации «Врачи без границ».

Второй пример схож с предыдущим. Также начальная и финальная сказочная формула, другие сказочные реалии: принцесса, мудрая старая женщина, гном, жаба, магические заклинания контрастируют с семантикой единиц, представляющих действительность: Нигерия, голод, жажда. Само название отсылает к другой известной детской сказке *Alice in Wonderland*, только счастливая Алиса меняется на несчастную Алимю, а страна чудес превращается в страну голода.

Итак, следуя приведенному выше определению, читатель сталкивается с явлением смешения текстовых типов: функциональная, структурно-композиционная и содержательно-тематическая организация детской сказки смешивается по своим формальным признакам с текстообразующими признаками социально-политической рекламы. Возникает новое текстовое произведение, которое по своим и функциональным и формальным качествам может быть отнесено одновременно к нескольким текстообразовательным моделям.

Примеры смешения текстовых типов в рекламной кампании могут быть продолжены. Так, следующие тексты – примеры коммерческой рекламы товаров и услуг.

Реклама компьютерной «мыши» от фирмы-производителя Canon представлена как энциклопедическая статья: в

оригинале текст изображает страницу из открытой толстой книги, которая должна вызвать в сознании адресата образ энциклопедии. Это поддерживается и за счет архитектоники текста, которая также имитирует структуру словарной статьи – ключевое слово *maushalten* выделено жирно, в скобках дается пояснение-помета, далее следует ряд словоформ, коррелирующих с ключевым словом *maushalten*. Собственно тема текста – информация о низкой цене копий и экономном картридже, не требующем частой заправки – «завернута» в форму энциклопедической статьи, способной суггерировать, внушить потенциальному адресату установку на достоверность, авторитетность, солидность сообщения в целом.

Maushalten (neudeutsch); er hält maus, maus gehalten, mauszuhalten; sparsames Kopieren, im Zusammenhang mit den pffigen Kleinkopierern Copy-Mause von Canon. Herausragendes Merkmal: die supergünstige Tonerpatrone. Die hält den Kopienpreis erstaunlich niedrig und die Copy-Mause praktisch wartungsfrei. Infodesk: o 21 51 34 95 66.

Canon Copy-Mause: klein, flink und Fleißig.

Aus dem Wörterbuch der Mausologie.

Canon

Man versteht sich besser
(Stern 1995)

Текст *Wer ist die Schönste im ganzen Land* заимствует форму сказки для рекламы товара – здесь ванны от известной фирмы *Kaldewei*. Имитируемый тип текста «сказка» очевиден для читателя благодаря многим лингвистическим сигналам:

это и название, характерное для сказок (ср. в русском языке: «Кто на свете всех милее...»); и использование типичных в сказочных повествованиях структур и языковых единиц; сравнений: *Stiefmütterlich, Märchen, erzählen, weiß wie Schnee*. Сильные позиции этого текста – его начало и конец – недвусмысленно повторяют привычную композицию сказки: *es war einmal eine Zeit* (было время, когда...) – *und wenn sie nicht gerade verhauft ist...* (и если она уже не продана, то Вы получите ее уже сегодня). Заключительное предложение интертекстуально соотносено со сказочным финалом *Und wenn sie nicht gestorben sind, dann leben sie noch heute* (и если они не умерли, то живут и сейчас). Собственно «шов» между типами текста «сказка» и «рекламное объявление» становится видимым благодаря тематическому ряду *Designern, Trend, Komfort, ausstarhem Stahl-Email, Garantie, Fachhandel, Qualität, verkaufen*, в сочетании с оценочными определениями, типичными для рекламы. Ср.:

Wer ist die Schönste im ganzen Land

Es war einmal eine Zeit, da wurden kleinere Badewannen von den Designern recht stiefmütterlich behandelt. Heute spiegelt sich ein anderer Trend wider: Die Girostar von Kaldewei hat normale Maße und ist trotzdem großartig im Design. Ihre elegante Form bietet viel Komfort auf wenig Raum. Ihren hübschen Schwung bekommt sie durch ein kreisrundes Rückenprofil und zwei langgestreckte Armlehnen. Ihre feine Oberfläche bleibt in jeder Farbe, ob Weiß wie Schnee oder Schwarz wie Ebenholz, makellos. Denn diese Badewanne ist aus

starkem Stahl-Email. Und das ist der solide Grund für ihre imponierende Mitgift;

30 Jahre Garantie.

Wer meint, hier wird ein Märchen, erzählt, kann die Wahrheit und nichts als die Wahrheit leicht ergründen. Im Sanitar-Fachhandel erfahren Sie alle Details über die schöne Girostar und ihre verführerischen Qualitäten. Und wenn sie nicht gerade verkauft ist, dann bekommen Sie sogar noch heute

(Stern 1993/37).

Другой пример показывает, как реклама (здесь – встроенной кухни) предстает в формальной структуре брачного объявления.

Suche Partner für's Leben

Für die Stunden zu zweit, zum Kochen

Und Backen, Genießen und Feiern!

Bin sehr solide gebaut, belastbar,

komfortabel ausgestattet und passe

mich außerordentlich gut an!

Mein Name? EINBAUKÜCHE!

Sie finden mich [...]

Инициальная и финальная формулы – «ищу партнера для совместной жизни». «Вы найдете меня по адресу...»; перечисление желаемых качеств «партнера» и оценка собственных положительных свойств – все это воспроизводит типичные содержательные признаки брачного объявления. Эффект обманутого ожидания и распознавание собственно текстовой интенции наступает в финале за счет контрастного вопросно-ответного единства: «Мое имя? – Встроенная кухня!».

Следующий пример показывает, объявление о проведении Нюрнбергской

международной экономической ярмарки, подается в форме математической задачи с воспроизведением типичных для нее, задачи, структурных элементов и архитектоники в целом: дано (*Zugegeben*) – требуется доказать (*Frage*) – ответ (*Antwort*).

Zugegeben: der Globale Markt ist ein komplexes System. Doch letztlich geht es um eine einfache *Frage*: *Wie finden Angebote und Nachfrage am effektivsten zusammen? Unsere Antwort* darauf sind Messenkonzepte, die weltweit die Interessen von Ausstellern und Fachbesuchern möglichst eng verzahnen/ Und vielleicht ist es ja genau das, was die NürnbergMesse für das internationale Business so anziehend macht. Wir beraten Sie gerne. Nürnberg-Messe.

(Spiegel, 2005, № 12).

В качестве содержательного наполнения этой «задачи» используются не математические данные, а экономические реалии: маркированность происходит за счет специальных лексем *Angebote, Nachfrage, Messenkonzepte, das internationale Business* и других. Ответ содержит решение «задачи» об эффективном соединении спроса и предложения, фокусирует читателя на рекламируемом объекте. Примечательно, что с помощью инклюзивного местоимения «наш ответ» (*unsere Antwort*) потенциальный адресат подразумевается как активный участник, думающий и утверждающий то же, что и отправитель сообщения в объявлении.

Игра с текстовой нормой становится особым приемом сатирического изображения. Ср. далее пример того, как политическая сатира подается в форме гороскопа.

Skorpion: Mahmud Ahmadinedschad

Uranus schafft in multilateralen Beziehungen eine gereizte Stimmung, mit der Sie sich durch-aus identifizieren können. Halten Sie weiter an Ihren ehrgeizigen beruflichen Plänen fest! Denn auch wenn es mit der Welt-herrschaft und der Vernichtung der Juden im kommenden Jahr noch nicht klappen sollte, zeigen Sie Durchhalte- vermögen. Investitionen in prestige- trüchtige Energiegewinnungsanlagen werden sich sicherlich bald auszahlen. Ob Ihr Vorhaben gelingt, zur Abschreckung des Westens eine Atombombe in einem abgelegenen, malerisch verschneiten Waldstück hochgehen zu lassen, erfahren Sie im Januarheft 2009

(Eulenspiegel 2008, №1).

Здесь очевидны типичные характеристики гороскопа как типа текста: указание на соответствующий знак зодиака, астрономические и астрологические реалии, воспроизведена и структура предсказания в виде рекомендаций, советов: *halten sie weiter an...*, *zeigen sie Durchhaltungsvermögen*. Индивидуализированный характер этот «гороскоп получает через упоминание имени лица, для которого составлен прогноз. В содержательно-тематическом плане текст разворачивается как острая сатира, высмеивание и обличение политического лидера с его «предстоящими планами» мирового господства, атомного шантажа, уничтожения евреев.

Подведем *некоторые итоги*. Проблема текстовой гетерогенности как проблема взаимодействия речевого стандарта и его вариативных компонентов, жесткой и

нежесткой нормированности в речевом произведении предполагает *выяснение причин* облигаторности текстообразовательных моделей в одних ситуациях и отсутствия строгой предзаданности в других.

Обобщая приведенные здесь суждения, выделим те аспекты, которые наиболее важны для осмысления вопроса о механизмах и причинах текстовой гетерогенности. Действительно, почему в реальной практике становится возможно нарушение социально-исторически сложившихся стандартов текстового построения? Почему явления нарушения стандарта становятся стилевой чертой в произведениях, построенных с нарушением текстообразующей нормы? Более того, эти явления становятся сильнейшим средством привлечения внимания потенциального адресата. Почему, далее, объем и масштаб текстов, нарушающих схемы, существенно возрастает и, как следствие, лингвисты вынуждены констатировать, что «смещение, нарушение, «развенчание норм» (*Entlegitimisierung der Norm*) завоевало языковую коммуникацию повседневного общения» (ср.: Fix 1998: 104). В этой связи существенна точка зрения, высказанная немецким ученым: «Нарушение канона доминирует в том случае, когда целью является большее воздействие (*wenn es um Wirksamkeit geht*). Одновременно с этим, нарушение канона имеет знаковый характер только перед лицом существующих канона, правил и границ. Привлекательность нарушения границ, пишет У. Фикс, лежит в осознании существования таких границ. Только и именно в этом случае «перешагивание» через нормирующие барьеры приобретает стилеобразующую значимость. Если же нарушение правил стало бы регулируемым

и закономерно повторяющимся, то разрушилась бы текстовая/стилевая система целиком. И уже тогда не отступление от образца, но его соблюдение выдвинулось бы как уникальная, бросающаяся в глаза особенность, черта (Fix 1998: 104–105).

118

Итак, нарушение текстообразующей модели на том или ином уровне является результатом осознанной интенции создателя текста. И эта интенция, очевидно, заключается в придании большей привлекательности, заметности сообщения, в его прагматическом фокусировании для адресата. Таким образом, на первый план выходит персуазивное намерение автора поставить свой текст на особое, привилегированное место и заставить читателя сосредоточить все когнитивные и коммуникативные усилия на выделении этого текста в массе других, на его опознании, идентификации и понимании. Игра с нормой, с типологической интертекстуальностью становится той специальной стратегией, которая позволяет автору осуществить воздействие на адресата, сформировать его оценки, мнения в своих интересах и побудить к его (не)совершению определенных посткоммуникативных действий.

Нарушение канона становится, таким образом, стилистически ненейтральным, стилистически маркированным, нагруженным стилистически значимой информацией элементом. И здесь мы сталкиваемся с той закономерностью, когда «потенциально каждый языковой элемент в условиях определенного дискурса может стать носителем стилистической информации. Но не каждый языковой элемент в системе выступает одновременно и как стилиевой элемент» (Гончарова 1999: 151). *Нарушение канона становится стилистически выразительным средством*

и через эту стилистическую выразительность получает статус *стилевой текстовой доминанты* создаваемого текста. В этом смысле «стилевая текстовая доминанта, или стилиевая черта» понимается нами как создаваемая с целью воздействия на читателя комбинация языковых элементов, которые «разгадываются» реципиентом в процессе восприятия текста как сигналы определенных доминантных качеств данного текста и – шире – индивидуального стиля автора» (Гончарова 2003: 29). Такое понимание «стилистического» отвечает новому современному представлению лингвистов о стиле и его характеристиках: в процессе формулирования текста проявляется действие двух антропоцентрических позиций речевого субъекта: либо «прилаживание» (нем. *Sich-Einfügen*, англ. *opting-in*) своего высказывания к исторически сложившимся правилам, нормам речевого поведения, либо «выдвижение», подчеркнутая индивидуализация (нем. *Sich-Ausfügen*, англ. *opting-out*), «преодоление» и усовершенствование ожидаемых в определенной коммуникативной ситуации и при передаче повторяемой информации речевых действий (там же, 21). Именно эта антропоцентрическая сущность стиля заставляет характеризовать его в соответствии со способом речемыслительных действий человека, формулирующего текст с целью решения определенной (-ых) когнитивно-коммуникативной (-их) задач (-и). И именно с этих позиций мы говорим о текстовой гетерогенности на уровне типологической модели как о стилистически маркированном элементе. Информация, привносимая через «игру с нормой», относится к сопутствующей текстовой информации, которая в зависимости от когнитивной и коммуника-

тивной компетентности разгадывается адресатом и от чего в конечном итоге зависит эффективность и продолжительность воздействия на адресата текстов, нарушающих канон.

И еще один вывод более общего характера, касающийся широких задач типологического исследования текста.

Конец XX века, отмеченный усилением дискуссий о статусе текста вообще, сущности текстуальности и ее качественных характеристиках, показал кардинальную проблему для текстотипологических исследований. Слово «проблема» употреблено здесь в его первичном значении, т.е. как противоречие между уже известным и научно объяснимым и пока еще не полученным знанием; как осознаваемое наукой противоречие между наличным и перспективным знанием. Очевидно, что лингвистика текста и ее центральная часть – типология текста должны обладать объяснительным потенциалом, чтобы избежать маргинальной роли и вообще растворения своего предмета в общем потоке теорий и направлений. *Что должна объяснить лингвистическая теория в связи с вопросами стандартов и моделей текстопостроения, чтобы не топтаться на месте» и избежать циркулярных определений «по замкнутому кругу»? Включение каких фактов и каких новых разработок в поле зрения обеспечит расширение исследовательского кругозора науки о языке?*

Представляется, что новый этап в лингвистике текста в целом и в части типологических разработок связан с переходом к точке зрения на *типологию текста в ее процессуальности*. Снятие ряда существенных противоречий в «типологической дилемме» как поис-

ке строгих внутренне непротиворечивых классификаций текста становится возможным благодаря проекции психолингвистического и когнитивного вектора на внутрilingвистические элементы в жанровых / типологических подходах. Динамическая процессуальная модель текста и текстопорождения, выдвинутая сегодня на первый план, позволяет дать новое объяснение, казалось бы, парадоксальному факту: отсутствие резких, непреодолимых границ в текстовом континууме, еще точнее – гибкость и подвижность таких границ, сама возможность нарушить стандарт не ставит под сомнение объяснительную силу научных теорий, но как раз является необходимым условием для успешной коммуникации в человеческом обществе в ее многообразных ситуативно обусловленных проявлениях. Норма предполагает варианты потому, что она живая. «Для того, чтобы нечто жило, нужен резерв неправильностей, вариантов, повторяемостей, отклонений» (Лотман 2005: 292). «Феномен креативности раскрывается при анализе текстовой деятельности конкретного субъекта речи, в частности, в выборе последним разноплановых моделей, в их видоизменениях, особенно в интеграции в когерентную целостность, при установлении соответствия / несоответствия продуцируемых текстовых структур принятым стандартам, выяснении причин отклонений от этих стандартов, рассмотрении возникающих в результате эффектов и др.» (Witosz 1999: 46, 48; цит. По: Салимовский 2002: 32). Добавим также, это является необходимым следствием творческого антропоцентрического характера коммуникации.

summary

Σ Which textual borders the linguist needs: text hybridity

The article touches upon the problem of intentionally hybrid text genres – genre linkage, genre blending as overlaps between different textbuilding models. It aims at developing and exemplifying a dynamic approach to typological studies.

120

Литература

- Лотман 2005: **Лотман Ю. М.** Воспитание души. Воспоминания, интервью, беседы о русской культуре (телевизионные лекции). – С-Петербург.: Искусство-спб.
- Никитин 2003: **Никитин М. В.** Основания когнитивной семантики. – С-Петербург.
- Салимовский 2002: **Салимовский В. А.** Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (русский научный академический текст): Автореф. ... докт. филол. наук. – Екатеринбург.
- Слышкин, Ефремова 2004: **Слышкин Г. Г., Ефремова М. А.** Кинотекст. Опыт лингвокультурологического анализа. – Москва.
- Чернявская 2006: **Чернявская В. Е.** Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия. – Москва: Флинта, Наука.
- Чернявская 2008: **Чернявская В. Е.** Поликодовый текст: от интертекстуальности к интердискурсивности. – Москва.
- Sandig 1986: **Sandig B.** Stilistik der Deutschen Sprache. — W. de Gruyer.
- ЛЭС 1990: Лингвистический Энциклопедический Словарь. – Москва.
- Анисимова 1992: **Анисимова Е. Е.** Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) – In: Вопросы языкознания. № 1. – Москва. – С. 71–78.
- Гончарова 1999: **Гончарова Е. А.** Стиль как антропоцентрическая категория. – In: Studia Linguistica. Вып. 8. – С-Петербург.
- Гончарова 2003: **Гончарова Е. А.** Еще раз о стиле как научном объекте современного языкознания. – In: Текст – Дискурс – Стиль. – С-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ.
- Сорокин, Тарасов: **Сорокин Ю. А. Тарасов Е. Ф.** Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. – In: Оптимизация речевого воздействия. – Москва.
- Fix 1998: **Fix U.** Kanon und Auflösung des Kanons: Typologische Intertextualität ein postmodernes Stilmittel? – In: G. Antos, H. Tietz (Hg.). Die Zukunft der Textlinguistik. – Tübingen. – S. 96–108.
- Sandig 1989: **Sandig B.** Stilistische Mustermischungen in der Gebrauchssprache – In: Zeitschrift für Germanistik. H. 2. – S. 133–150.
- Schmitz 1996: **Schmitz U.** ZAP und Sinn. Fragmentatische Textkonstitution durch überforderte Medienrezeption. – In: Textstrukturen in medienwandel. Hg. E. Hess-Lüttich, W. Holly, U. Püschel. – F/M: Lang.
- Posner 1991: **Posner R.** Kultur als Zeichensystem. Zur semiotischen Explikation kulturwissenschaftlicher Grundbegriffe A. Assmann / D. Harth. Kultur als Lebewesen und Monument. – F/M.