

Отримано: 3 грудня 2019 року

Прорецензовано: 9 грудня 2019 року

Прийнято до друку: 11 грудня 2019 року

e-mail: faltan@ukr.net,

luda_blysnjuk@ukr.net

DOI: 10.25264/2519-2558-2019-8(76)-39-42

Семенюк Т. П., Близнюк Л. М. Інтертекстуальний характер полікодових текстів: невербальний аспект. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог: Вид-во НаУОА, 2019. Вип. 8(76), грудень. С. 39–42.

УДК: 81'22'42

Семенюк Тетяна Петрівна,
кандидат філологічних наук
Близнюк Людмила Миколаївна,
кандидат філологічних наук*Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки***ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНИЙ ХАРАКТЕР ПОЛІКОДОВИХ ТЕКСТІВ:
НЕВЕРБАЛЬНИЙ АСПЕКТ**

Статтю присвячено проблемі інтертекстуальності полікодових текстів мас-медіа, що на сьогоднішній день є складними семіотично-гетерогенними конструктами, у кодуванні котрих задіяні вербальні, невербальні та паравербальні семіотичні ресурси. З огляду на зміну семіотичного статусу сучасних текстів, запропоновано по-новому розглянути категорію інтертекстуальності, спрямувавши вектор дослідження на зображувальні засоби, які виступають маркерами інтертекстуальності на невербальному рівні. У статті окреслено поняття інтерпикторальності/інтеріконічності, виокремлено основні види візуальної інтертекстуальності шляхом аналізу обкладинок німецькомовного журналу „Spiegel“. До базових видів інтерпикторальності мас-медійних текстів віднесено: пикторальну цитату, репродукцію, травесті, пародію та стилізацію.

Ключові слова: полікодовий текст, інтертекстуальність, інтермедіальність, інтерпикторальність, інтеріконічність.

Tetiana Semeniuk
Phd. in Philology
Liudmyla Blyzniuk,
Phd. in Philology*Lesya Ukrainka Eastern European National University***INTERTEXTUAL CHARACTER OF POLYCODE TEXTS: NON-VERBAL ASPECT**

The article is devoted to the problem of intertextuality of polycode texts of the mass-media. Modern semiotically heterogeneous texts combine verbal, non-verbal and paraverbal resources. Today, the phenomenon of polycoding is to be considered an integral feature of communication and life in general, because the world we live in is overflowing with texts, images, smiles, drawings, and audio signs that interact closely with one another. Because of the change in the semiotic status of contemporary texts, it is proposed to study the category of intertextuality by directing the research vector to visuals that serve as markers of intertextuality at a non-verbal level. Intertextuality is regarded as a special strategy for correlating of one text with other texts / semantic systems.

In article it is emphasized that the intertextuality of such semiotic-heterogeneous complexes is actualized at different levels while activating different codes. Considering static media texts it is proposed to distinguish between verbal, non-verbal (pictorial, iconic) and paraverbal intertextuality.

The article also outlines the concept of interpictoriality or intericonicity, which is the signs' ability to transmit the resemblance with objects. The basic types of interpictoriality of the mass-media texts are found, these include pictorial quotation, reproduction, travesty, parody and stylization.

Key words: polycode text, intertextuality, intermediality, interpictoriality, intertextuality.

Постановка проблеми. Сьогодні явище полікодовості варто вважати невід'ємною властивістю комунікації й життя в цілому, адже світ, у якому ми живемо, переповнений текстами, зображеннями, смайлами, рисунками, малюнками, аудіальними знаками, які тісно взаємодіють між собою. Семіотично-гетерогенний характер сучасної комунікації не викликає сумніву й у науковців. Лінгвістичні дослідження все частіше присвячують семіотично-неоднорідним, тобто полікодовим чи мультимодальним текстам.

Мас-медійні тексти як такі, що є першочерговими інформативними констуктами, які формують концептуальну картину світу людини та соціуму, також не є однорідними за своєю структурою. Науковці, які об'єктом своїх досліджень обрали тексти мас-медіа, акцентують увагу на їх полікодовому характері (Н. І. Лютянська, Л. Г. Масімова, Т. П. Семенюк). Поява у комунікативному просторі нових семіотичних кодів передбачає комплексне дослідження текстів, з урахуванням знаків усіх семіотичних систем, задіяних у формуванні їх смислів. В останні роки на шпальтах газет, сторінках та обкладинках журналів, які є, безперечно, семіотично-гетерогенними конструктами, дедалі частіше зустрічаємо модифіковані твори мистецтва (відомі картини, фотографії, портрети тощо), які свідчать про інтертекстуальний характер полікодових текстів не лише у плані вербального вираження, а й невербального.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зазначимо, що проблема інтертекстуальності семіотично-неоднорідних текстів є актуальною та знаходиться у центрі сучасної наукової думки, про свідчать праці науковців, які досліджують, зокрема, проблему виокремлення типів інтертекстуальності (Г. Ізекенмайер, І. П. Смірнов), засобів її експлікації (Н. І. Лютянська), проблему інтермедіальності – референції між текстами, що інкорпують різні семіотичні коди (О. А. Пешкова), інтерпикторальності (Г. Ізекенмайер), інтеріконічності (Н. Яніх), інтертекстуальності візуальних текстів мас-медіа (Л. Г. Масімова) тощо. Проаналізувавши різні підходи та погляди дослідників на явище інтертекстуальності, констатуємо, що, незважаючи на численні напрацювання науковців у досліджуваній сфері, на сьогодні досі **не існує** чіткої

класифікації маркерів інтертекстуальності з урахуванням усіх полісеміотичних одиниць, задіяних у формуванні смислу тексту. Це свідчить про те, що попри певну розробленість теми інтертекстуальності у сфері соціальних комунікацій, очевидно, що візуальний текст мас-медіа залишився поза увагою науковців [2, с. 67].

Метою статті є визначення видів інтертекстуальності полікодових текстів мас-медіа на невербальному рівні.

Новизною пропонуваної розвідки є звернення до проблеми інтертекстуальності як такої, що охоплює семіотично-гетерогенні одиниці, тобто виходить за рамки вербального коду. **Загальнонаукове значення** отриманих результатів дослідження полягає в тому, що його положення й висновки є внеском у подальший розвиток лінгвістики полікодового тексту, його категоріального апарату, а також семіотики як окремої дисципліни.

Виклад основного матеріалу. Термін „інтертекстуальність“ було вперше використано у 1967 році. Німецька дослідниця Н. Яніх під інтертекстуальністю розуміє „конкретно аргументовану властивість окремих текстів, яка проявляється у тому випадку, коли автором свідомо та з певним наміром за допомогою натяків чи цитат робляться посилання на інші окремі тексти або текстові жанри, незалежно від того, чи він чітко маркує, виділяє ці посилання, чи ні“ [11, с. 232]. В. С. Чернявська ж у свою чергу інтертекстуальність тлумачить як категорію текстової „розгерметизації“, що відображає процес діалогічної взаємодії текстів у плані як змісту, так і вираження. Інтертекстуальність, на думку дослідниці, є особливою стратегією співвіднесення одного тексту з іншими текстами/смысловими системами [8, с. 176].

У такий спосіб, можна стверджувати, що інтертекстуальність, забезпечуючи діалог між текстом-реципієнтом та пре-текстом, слугує способом побудови смислу текста-реципієнта. Н. Яніх виділяє форми інтертекстуальності, до яких відносить: референцію до певного тексту та референцію до певного жанру [10]. Текстова референція передбачає запозичення лексичних чи структурних елементів з певного конкретного літературного твору. Жанрова референція є натяком на жанри чи типи текстів, відображені в тексті-реципієнті на рівні структурно-композиційних ознак, а іноді і змісту.

Вважаємо, що сьогодні в епоху превалювання гетерогенних способів кодування інформації, варто говорити про інтертекстуальність у більш широкому баченні, про що досить слушно заявляють і молоді науковці, стверджуючи, що „тлумачення інтертекстуальності розширює свої межі за рахунок взаємодії між вербальними і невербальними текстами“ [3, с. 34]. На позначення інтертекстуальності у ширшому розумінні як своєрідного мосту, через який в текст проникають включення з інших не лише вербальних, а й невербальних семіотичних систем, у лінгвістиці є терміни „інтермедіальність“ та „інтерсеміотичність“.

Припускаємо, що термін „інтермедіальність“ [9, с. 292] корелює з терміном „інтерсеміотичність“, що означає поєднання будь-яких знакових структур [6, с. 16]. Вважають, що до інтерсеміотичних відношень між знаками належать такі, що скеровані на один канал перцепції інформації, в той час як інтермедіальність охоплює усі види перцептивних знаків [3, с. 34–38]. По суті, обидва терміни можна вважати синонімічними у плані знаково-гетерогенної референції до пре-тексту, пре-зображення, пре-аудіо тощо. Не можемо не погодитися з Г. Ізекенмайером, котрий стверджує, що інтермедіальність є гіперонімом для двох однаково симетричних копонентів – інтертекстуальності та інтерпикторальності [10].

Отже, вважаємо поняття інтермедіальність або інтерсеміотичність гіперонімічними для полікодових текстів; інтертекстуальність розглядаємо як діалогічну взаємодію семіотично-неоднорідних текстів на вербальному рівні, а інтерпикторальність (інтеріконічність, візуалізовану інтертекстуальність) як референцію до пре-тексту, кодового знаками невербальної (зображувальної) семіотичної системи.

У своїй розвідці за основу беремо визначення інтермедіальності, запропоноване Н. Тушиною: „Інтермедіальність – наявність у художньому творі таких образних структур, які містять інформацію про інший вид мистецтва“ [7, с. 153]. Тобто, інтермедіальність є „поєднанням в межах одного повідомлення різних семіотичних систем, що утворюють цілісний медіатекст, який стає полем для народження нових сенсів“ [2, с. 69]. Очевидно, що запозичений текст, який належить до того ж самого коду чи виду мистецтва, не може належати до сфери інтермедіальності.

Говорячи про інтермедіальність, слід зазначити, що коди інших семіотичних систем присутні у тексті-реципієнті у модифікованому вигляді. Це означає, що під час запозичення певних творів мистецтва відбувається їх модифікація. Зрозуміло, що при інтермедіальній взаємодії текст-першоджерело є достатньо трансформованим новим автором, який тлумачить його по-своєму. Про втрату автетициності говорять науковці, стверджуючи, що „динамічна картина „вербальна“ ніколи не може бути тотожною статичній „живописній“ картині“ [7, с. 154].

Так, І. Раєвська виокремлює наступні: „медійні переміщення“ („medial transposition“) – трансформація одного медіа-продукту в інший, „медіакомбінація“ („media combination“) – об’єднання щонайменше двох кодів в одному медіапродукті, „інтермедійні посилання“ („intermedial references“) – посилання на живопис, музичний твір тощо [12, с. 43–64].

Якщо говорити про полікодові тексти, то варто наголосити, що інтертекстуальність таких семіотично-неоднорідних комплексів актуалізується, по-перше, на різних рівнях, активізуючи при цьому різні коди, по-друге, має різні форми та типологію. Якщо брати до уваги статичні медійні тексти, то пропонуємо розрізняти вербальну, невербальну (пикторальну, іконічну) та паравербальну інтертекстуальність. Усі з перелічених видів інтертекстуальності можуть мати різні форми: імітацію або транспозицію без зміни пре-тексту, а також трансформацію або репродукцію з частковою зміною пре-тексту.

Інтертекстуальність полікодових текстів на вербальному рівні ми розглядали у своїх наукових працях [4; 5], тому у цій розвідці хочемо детальніше дослідити інтерпикторальність/інтеріконічність текстів мас-медіа.

Інтеріконічність або інтерпикторальність (нім. Interpikturalität, Interbildlichkeit, Interikonizität, Intervisualität) тлумачать як ситуацію комунікативного плану, за якої в основі творення нового тексту лежить прецедентний текст не вербального, а візуального характеру [5, с. 225]. На невербальному рівні інтерпикторальність маркують за допомогою іконічних засобів, наприклад: а) фотографій (фотографії історичних особистостей, які представляють певну націю; політичних діячів і т. п.); б) знаків/логотипів, які належать відомим установам; в) елементів живопису; г) карикатур [5, с. 226].

Г. Ізекенмайер виокремлює такі види інтерпикторальності: 1) точна копія (facsimile), що має нульовий ступінь інтерпикторальності, техніка живопису та пикторальність залишаються незмінними; 2) репродукція (Reproduktion) – технічна репродукція зображень, які відрізняються від пре-зображень лише за формою, при цьому стилістичні параметри залишаються незмінними; 3) травесті (Travestie) – трансформація стилістики зображення; 4) пародія (Parodie) – мінімальна модифікація

пикторальності та 5) стилізація (Pastiche) – максимальна модифікація пикторальності при збереженні живописної техніки [11, с. 52–77]. Усі з перелічених видів інтерпикторальності є транспозиціями, які мають як мінімальні відхилення від пре-зображень (репродукція та пародія), так і максимальні (травесті та стилізація).

Аналіз емпіричного матеріалу, яким у пропонованій розвідці слугували титульні сторінки німецькомовного журналу „Spiegel“ [13], допоміг встановити основні види інтерпикторальності у аналізованому мас-медійному ресурсі (див. Рис.1):



Рис. 1. Види інтерпикторальності

Пикторальна цитата або точна копія пре-зображення – це твори мистецтва чи фотографії, запозичені у текст-реципієнт без зміни як пикторальності (зображення), так і техніки живопису. Пикторальною цитатою є, наприклад, обкладинка журналу Spiegel №48 за 2019 рік, де зображена частина фотографії дитини з батьками. Репродукцією можна вважати обкладинку журналу № 26 за 2018 рік, де зображені руки Ангели Меркель. Усім відомою є звичка пані канцлера складати руки у вигляді серця, копіювавши руки очільниці уряду, стилістика зображення залишилась незмінною, тоді як форма рук нагадує вже не серце, а пісочний годинник, у якому стікає час „Endzeit“ коаліції пані Меркель з її однодумцями. Травесті – це зміна стилістики зображення, при збереженні його форми, як у випадку із запозиченням зображення Монни Лізи, обличчя якої замінене фотографією Ангели Меркель. Пародією є зображення Мартіна Лютера (Spiegel №44, 2016), фотографію німецького мислителя доповнили прапором Німеччини та словесним рядом „Der erste Wutbürger“ – перший громадянин, невдоволений політикою. Про те, що дане зображення є пародією, свідчить видозмінений портрет та трансформовані факти про М. Лютера, оскільки усі знають його як першу людину, яка переклала Біблію німецькою мовою. Стилiзацією є обкладинка журналу № 3 за 2018 рік, яка нагадує відому схему еволюції людини від мавпи до людини розумної (Homo sapiens). У наведеному прикладі модифікована і пикторальність, і техніка живопису, адже зображена „протилежна“ еволюція, еволюція влади США, від людини до Дональда Трампа, котрий нагадує першопочаток людства, його первинну ланку.

Висновки. Полікодовий характер сучасної комунікації зумовив необхідність перегляду категоріального апарату сучасних текстів. Категорія інтертекстуальності є одним із критеріїв текстувальності, котрі потребують уточнення та переосмислення. На зміну традиційній інтертекстуальності як діалогу текстів на вербальному рівні прийшла ще одна категорія, відома науковцям під назвою „інтерпикторальність/інтеріконічність“, яку детермінують як діалог зображень. У науковій розвідці було виокремлено п'ять видів інтерпикторальності: пикторальну цитату, репродукцію, травесті, пародію та стилізацію.

Перспективи використання результатів роботи вбачаємо у дослідженні інтертекстуальності полікодових текстів, інтерпикторальності як окремого її підвиду, а також окресленні засобів інтертекстуальності на паравербальному рівні.

Література:

1. Лютянська Н. І. Полікодовість як ознака англійськомовних мас-медійних. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія "Філологічні науки"*. Мовознавство. 2019. № 11. DOI <https://doi.org/10.24919/2663-6042.11.2019.175422>
2. Масімова Л. Г. Інтертекстуальність візуального тексту мас-медіа. *Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів: матер. Міжнародної міжнародної науково-практичної конференції*. К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2014. С. 65 – 71.
3. Пешкова О.А. Інтермедіальність англійськомовних художніх текстів ХХ-ХХІ століть: когнітивно-семіотичний аспект: дис. канд. філол. наук: 10.02.04. Запоріжжя, 2019, 250 с.

4. Семенюк Т. П. Види інтертекстуальної маркованості в німецькомовних рекламних текстах. *Наукові записки Національного університету „Острозька академія”. Серія «Філологічна»*. 2015. Вип. 53. С. 219–222.
5. Семенюк Т. П. Особливості реалізації категорій інтерсеміотичності, інтертекстуальності та інтеріконічності у німецькомовному полікодовому тексті. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія «Філологічні науки. Мовознавство»*. Луцьк, 2013. № 19. С. 223–229.
6. Смирнов И. П. Порождение интертекста: Элементы интертекстуального анализа с примерами из творчества Б. Л. Пастернака. Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУ, 1995. 193 с.
7. Тишунина Н. В. Методология интермедиального анализа в свете междисциплинарных исследований. *Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века : материалы Междунар. науч. конф.* СПб., 2001. Вып. 12. С. 149–154. Сер. «Symposium». URL: http://anthropology.ru/ru/texts/tishunina/symp12_32.html
8. Чернявская В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. М. : Книж. дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 248 с.
9. Hansen-Löve A. Intermedialität und Intertextualität: Probleme der Korrelation von Wort und Bildkunst – am Beispiel der russischen Moderne. *Wiener Slawistischer Almanach*. Wien, 1983. Sbd.11. S.291-360.
10. Isekenmeier G. Interpiktorialität. Theorie und Geschichte der Bild-Bild-Bezüge. Bielefeld: Transcript, 2013. 370 S.
11. Janich N. Werbesprache. Ein Arbeitsbuch mit einem Beitrag von Jens Runkehl. 6., durchgesehene und korrigierte Auflage. Tübingen : Narr Verlag, 2013. 320 S.
12. Rajewsky I. Intermediaality, Intertextuality, and Remediation. A Literary Perspective on Intermediality. *Intermedialités* 6. 2005. P. 43-64.

Джерела ілюстративного матеріалу:

13. Spiegel. <https://www.spiegel.de/spiegel/print/index-2018.html>