

ІНТЕРСЕМІОТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПИСЬМОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті розглядається поняття комунікації в руслі семіотики, взаємодія знаків різних систем у письмовій комунікації, що породжує утворення семіотично ускладненого тексту.

Ключові слова: комунікація, знак, знакова система, інтерсеміотичність, письмове спілкування, вербальні, невербальні та паравербальні компоненти комунікації, монокодовий, двокодовий (креолізований) та полікодовий текст.

Интерсемиотические особенности письменной коммуникации.

В статье рассматривается понятие коммуникации в русле семиотики, взаимодействие знаков разных систем в письменной коммуникации, которое ведет к созданию семиотически осложненного текста.

Ключевые слова: коммуникация, знак, знаковая система, интерсемиотичность, письменная коммуникация, вербальные, невербальные и паравербальные средства общения, монокодовый, двухкодовый (креолизованный) и поликодовый текст.

Intersemiotic Peculiarities of Written Communication. This article deals with the investigation of the notion communication within the semiotics. Great attention is also paid to the interaction of different systems of signs in written communication. The combination of various signs within one text creates the semiotically complicated text.

Key words: communication, sign, sign system, intersemiotics, written communication, verbal, non-verbal and para-verbal means of communication, monocode, decode (creolized) and polycode text.

Постановка наукової проблеми та її значення: В рамках сучасної наукової парадигми лінгвістика демонструє стійку тенденцію до

міждисциплінарності при вивченні явищ, пов'язаних з передачею та сприйняттям інформації. На першому плані знаходиться завдання всестороннього дослідження мови у всій різноманітності її зв'язків, у тому числі з іншими семіотичними системами. Цьому сприяє перш за все неупинний розвиток нашого суспільства та інформаційна революція, що проникає в усі сфери життєдіяльності людини і відкриває нові сфери лінгвістичних досліджень.

Зростання ролі візуальної інформації, поява та активне використання нових інформаційних технологій, а також масова комп'ютеризація різноманітних сфер спілкування, поява комп'ютерних гіпертекстів, де коди різних семіотичних систем знаходяться в тісній та активній взаємодії – все це дозволяє спеціалістам все частіше говорити про "кризу вербального тексту", його витіснення в XXI столітті образними візуальними повідомленнями та сприяє значному зросту інтересу до невербальних засобів письмової комунікації, інформаційна ємкість та прагматичний потенціал яких нерідко вищий, ніж у вербальних засобів. Поява в парадигмі лінгвістичних досліджень таких семіотично ускладнених форм, які потребують детального розгляду, аналізу та узагальнення і зумовлює **актуальність** даної роботи.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Свідченням того, що форми взаємодії невербальних та паравербальних засобів комунікації з традиційними, вербальними способами представлення інформації, знаходяться в полі зору багатьох вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, є праці таких відомих мовознавців як О. Є. Анісімова, Л. С. Большакова, А. А. Бернацька, Н. Stöckl, E. Straßner, U. Schmitz та ін. Незважаючи на численні висловлення лінгвістів та психологів про комунікативну цінність таких повідомлень, досі вони залишаються не вивченими в повній мірі.

Мета роботи – виявити основні форми взаємодії різних семіотичних кодів (знакових систем) у писемній комунікації.

Завдання роботи – з’ясувати поняття комунікації, інтерсеміотичність комунікації, виявити основні форми взаємодії вербальних, невербальних та паравербальних включень в письмову комунікацію.

Об’єктом даної роботи є семіотично ускладнені форми (тексти) у сучасних німецькомовних періодичних виданнях.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. В сучасному комунікативному середовищі мова є найважливішим і найбільш універсальним, проте не єдиним засобом спілкування. І хоча використання в процесі комунікації знаків різних семіотичних систем було притаманне людині у процесі її розвитку (піктографія, гравюри, агітаційні плакати, карикатури, рекламні вивіски і т.д.), лише у другій половині ХХ століття невербальний компонент перетворився із вторинного, підпорядкованого джерела інформації, у рівноцінний компонент тексту, який не поступається значенням словесному ряду.

На даний час невербальні включення, їх змістовні та прагматичні потенції, активно досліджуються в руслі параграфеміки – особливому розділі лінгвістики про писемну комунікацію.

Початок науковому осмисленню семіотично ускладнених форм був покладений в роботах з семіотики, що було зумовлено дослідженням зображення, яке є однією із складових вищезгаданих утворень, як особливої знакової системи. У 1989 році Ю. А. Герчук писав ”І кожне повідомлення існує не ізольовано, всі вони утворюють єдину складно організовану сферу – семіосферу.“ Справа майбутнього, продовжує вчений, вияснити та сформулювати закони, які керують семіосферою, шляхи її формування та розвитку, характер взаємного впливу її різнорідних елементів. ”Крок від вивчення окремих знакових систем до пізнання їх цілісності поки не зроблений“ [5, 38].

Знаки та їх системи в свою чергу формують предмет дослідження семіотики – науки про структуру та функціонування знакових систем, які зберігають та передають інформацію.

Основним терміном у семіотиці є "знак". Будь-яке міркування можна представити як ланцюжок знаків. Що ж таке знак? Знак — це певний емпіричний матеріальний об'єкт, який сприймається на чуттєвому рівні і виступає у процесі спілкування і мислення людей представником якогось іншого об'єкта. Знакова система – це набір знаків, що становить словник мови разом із системою правил, які регулюють їх сполучуваність при створенні семіотичного тексту [6, 6].

В аспекті знакових систем комунікація постає як процес, у якому учасники оперують значеннями за допомогою символічних повідомлень, тобто як операція з інформацією [2, 28].

Людина використовує різні знакові системи для передачі інформації та для реагування на сигнали, що надходять ззовні, у відповідь на отриману інформацію, на спонукання, на осмислення фактів. Ці коди взаємодіють один з одним у межах єдиного комунікативного процесу. Саме взаємодія кодів різних семіотичних систем є провідною ознакою комунікації.

Проаналізувавши ряд досліджень і визначивши *комунікацію* як семіотично негомогенний процес передачі інформації, який включає в себе різні знакові системи (вербальну та невербальну), розглянемо у нашій роботі її інтерсеміотичні особливості - запозичення з інших семіотичних систем.

Не зважаючи на загальновизнаний у лінгвістиці факт, що універсальним засобом інформаційного зв'язку між людьми є словесне мовлення, адекватне і повне розуміння комунікації неможливе без її невербального супроводу. Ученими встановлено, що різноманітні невербальні сигнали в особистісному спілкуванні несуть від 60 до 80% інформації. Ф. С. Бацевич зазначає, що "більша частина спілкування здійснюється без участі засобів мовного коду, але з орієнтацією на інші його складові: паралінгвістичні елементи, елементи інших семіотичних систем тощо." [2, 59]

Інтерсеміотичні особливості усної комунікації реалізуються засобами фонаційного (темп мовлення, гучність, манера мовлення), такесичного (різного роду дотики), проксемічного (дистанція між комунікантами) та кінетичного (жести, пози, міміка) типу [2, 60]. Невербальні особливості усної комунікації стали предметом дослідження як вітчизняних, так і зарубіжних лінгвістів Л. В. Солощук, Г. І. Барташової, Г. Ю. Крейдліна, І. Н. Горелова та інших. Невербальна усна комунікація вивчена достатньо глибоко. Тому в нашій статті ми зосередимо увагу на семіотично ускладнених формах письмової комунікації.

Інтерсеміотичність письмової комунікації реалізується за допомогою різних невербальних та паравербальних включень, які визначаються як засоби, що існують поряд з графемною системою мови і порушують ”прозорість“ графічної субстанції мовного вираження. В дане поле входять: *графічна сегментація тексту і його розміщення на папері, довжина рядка, шрифт, колір, курсив, типографічні знаки, графічні символи, допоміжні знаки (наприклад: №, %, +), іконічні засоби (малюнок, фотографія, карикатура, рисунок, таблиця, схема, креслення і т.п), незвична орфографія слів і розміщення пунктуаційних знаків, формат паперу, ширину полів, а також інші засоби, набір яких не є чітко фіксованим і може варіюватися залежно від типу конкретного тексту* [1, 7].

Отож, говорячи про присутність у текстах крім вербальних елементів, знаків інших семіотичних систем, слід наголосити на необхідності чіткого розмежування гомогенних, представлених знаками лише мовної семіотичної системи та *синкретичних (гетерогенних)* повідомлень, які основані на комбінації різних знакових систем [9, 327].

Так тексти, в яких невербальні та паравербальні засоби відіграють особливу роль, так як беруть участь у формуванні плану вираження та плану змісту, можуть розглядатися як паралінгвістично активні тексти. У лінгвістиці тексту такі семіотично ускладнені утворення позначаються різними термінами: полікодовий, полімодальний, гетерогенний, двокодовий,

семантично ускладнений, кодово негомогенний, мультимедійний, креолізований, лінгвовізуальний, ізовербальний (ізоверб), інтерсеміотичний, багатоканальний. В межах даної роботи для позначення семіотично ускладненого утворення, що охоплює коди двох чи більше знакових систем доцільним, на нашу думку, є використання таких термінів як ”двокодовий“, ”креолізований“, ”полікодовий“.

Беручи до уваги опозицію гомо – та гетерогенних повідомлень, запропонованої Р. О. Якобсоном, у нашій роботі ми вслід за Л. С. Большаковою поділяємо тексти письмової комунікації на монокодові, двокодові та полікодові [4, 20]. (Див. схема 1.)

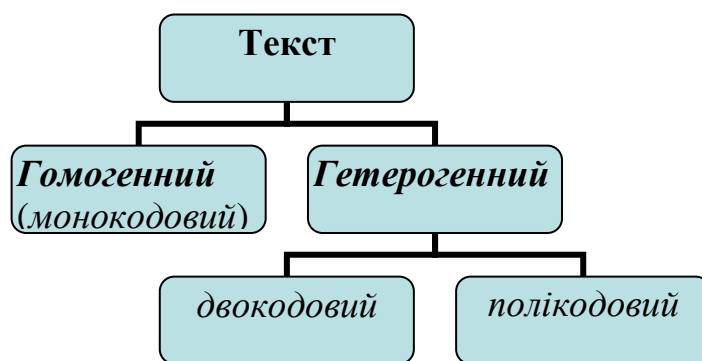


Схема 1. Тексти письмової комунікації.

Розглянемо кожен з названих видів та зупинимось детальніше на двокодовому тексті, адже саме ця форма тексту яскраво демонструє інтерсеміотичні особливості саме письмової комунікації.

Монокодові тексти – гомогенні утворення (наприклад, енциклопедія, словник чи художня книга без ілюстрації, проте з коментарями), які включають коди лише однієї семіотичної системи, перш за все знакової (в її письмовій формі). Лінгвісти ще називають ці тексти гомогенними, відносять їх до текстів “минулого” та відмічають перехід до семіотично ускладнених, гетерогенних текстів.

Семіотично ускладнені або ж гетерогенні тексти – це дво– або ж полікодові змістовно-формальні комунікативні феномени, які містять у своїй формальній структурі вербальні, невербальні та паравербальні компоненти, що зв’язані між собою і утворюють єдине знакове ціле тексту.

А. Г. Сонін називає **полікодовими** “тексти, побудовані на поєднанні в одному графічному просторі семіотично гетерогенних складових – вербального тексту в усній або письмовій формі, зображення, а також знаків іншої природи [8, 117].

А. А. Бернацька у своїй праці ”До проблеми “креолізації“ текста: історія та сучасний стан“ (2003) зазначає, що терміну ”полікодовий“ надається перевага, коли мова йде про позначення родового поняття негомогенних, синкретичних повідомлень (текстів), утворених комбінацією елементів різних знакових систем при умові їх взаємної синсемантиї, тобто при однаковій значимості всіх знакових систем, які беруть участь в оформленні даного повідомлення (тексту) при неможливості заміни або пропуску однієї з них [3, 106].

М. А. Іщук відносить полікодові тексти до багатоканальних. Багатоканальні тексти – це тексти, які включають в себе більш широкий спектр гетерогенних складових, тобто, крім вербального та зображувального компонентів, в їх склад входить звуковий усний текст діалогічного характеру, який потребує додаткових каналів сприйняття – телевізійні передачі, телереклама, кінотексти, віртуальні електронні тексти [5, 178]. Таким чином, полікодові тексти виступають гетерогенними багатоканальними утвореннями.

Термін “полікодовий текст” використовуює у своїх дослідженнях Л. С. Большакова і відносить до таких текстів відеокліпи, мюзикли, кінофільми, які є полімодальними утвореннями за рахунок надходження полікодової інформації до глядача в різних модальностях, по двох різних каналах – візуальному та аудіальному. Характерною рисою таких полікодово–полімодальних текстів є те, що вони являють собою гетерогенний, проте єдиний перцептуальний потік інформації.

Двокодовий текст – негомогенне утворення, яке включає коди двох знакових систем. Двокодовим текстом є **креолізований текст**.

Креолізовані тексти довгий час не привертали до себе уваги. Традиційно вузький підхід до тексту, обмежуючий його природу лише вербальними

засобами, приводив до того, що дослідження креолізованих текстів зводились до окремих спостережень. Термін “креолізований” спочатку використовувався для позначення креолізованої мови – мови, яка утворилась завдяки взаємодії двох мов і стала основним засобом спілкування у даному колективі, такою є, наприклад, новомеланізійська мова, утворена внаслідок взаємодії англійської мови з меланезійською.

Метафоричний термін ”креолізований текст“ належить вітчизняним лінгвістам, психолінгвістам Ю. А. Сорокіну та Є. Ф. Тарасову. ”Креолізовані тексти – це тексти, фактура яких складається із двох негомогенних частин – вербальної (мовної або мовленнєвої) та невербальної (яка належить до інших знакових систем)“[8, 180].

М. А. Іщук пропонує закріпити і вживати термін ”креолізований“ у випадках звернення до одноканальних текстів (комікс, афіша, плакат, реклама у її печатному виконанні), які утворені комбінацією негомогенних складових і потребують лише зорового сприйняття [5, 178].

Лінгвісти, які оперують даним терміном у своїх працях, відмічають, що креолізований текст – це складне текстове утворення, в якому вербальні та невербальні елементи утворюють єдине візуальне, структурне, смислове та функціональне ціле, націлене на комплексний вплив на адресата. До того ж О. Є. Анісімова доповнює визначення креолізованого тексту і відзначає, що ”у відношенні до письмової комунікації до креолізованих текстів відносяться тексти, домінують поля паралінгвістичних засобів яких утворюють іконічні (зображувальні) засоби“[1, 8]. Під іконічними засобами розуміємо змістовно оформлені комунікативні утворення, свого роду висловлювання, закодовані за допомогою графічних знаків іконічного коду, які можуть носити пікторальний характер (малюнок, фотографія) або абстрактно-схематичний (схема, таблиця, карта, діаграма).

О. Є. Анісімова відносить до креолізованих текстів тексти газетно – публіцистичні, науково – технічні, тексти – інструкції, ілюстровані художні тексти, тексти реклами, афіші, комікси, плакати, листівки та ін. Невербальна

знакова система таких текстів сполучена з вербальною й утворює єдиний інформаційний блок.

По відношенню до письмового тексту невербальні та паравербальні засоби визначають його зовнішню організацію і використовуються для вираження різних конотацій. Вибір того чи іншого засобу залежить від багатьох чинників (інтенції автора, жанру матеріалу, сфери застосування, соціального статусу, рівня освіти і т.п.).

Одні невербальні засоби можуть виступати в якості самостійного носія інформації і є самодостатніми для розкриття змісту тексту (наприклад, малюнок, фотографія, карикатура, схема), а інші є лише допоміжними, факультативними по відношенню до вербальних засобів і вносять додаткові експресивні семантичні відтінки в його зміст (наприклад, шрифт, написання слів прописними буквами)[1, 7].

У текстах німецьких періодичних видань найбільш поширеним невербальним утворенням є *зображення*, яке в різній мірі бере участь в організації креолізованого тексту. Воно може бути допоміжним, рівним або домінуючим по відношенню до тексту компонентом . В залежності від типу зв'язку між вербальною частиною та зображенням, О. Є. Анісімова розрізняє три групи текстів: тексти з нульовою креолізацією, тексти з частковою креолізацією та тексти з повною креолізацією [1, 15].

У текстах з *нульовою креолізацією* зображення не представлене і не відіграє ніякої ролі в їх організації.

У текстах з *частковою креолізацією* вербальна частина відносно автономна від зображувальної, а зображення є факультативним елементом тексту, між вербальними та іконічними компонентами встановлюються зв'язки автосемантичного характеру. Ілюстрацією цього явища є текст реклами, який бачимо, наприклад, у електронному варіанті газети ”*Frankfurter Allgemeine Zeitung*“ від 7 грудня 2011 року.



Рис. 1. [Frankfurter Allgemeine Zeitung, Dezember 7, 2011]

З прикладу видно, що зображення гольфіста та поля для гольфу на першому плані і привабливих краєвидів на другому, лише доповнює вербальну частину, адже в повідомленні чітко зрозуміло, що йдеться саме про поїздки на ігри в гольф на Майорку. Крім того вербальні засоби несуть додаткову інформацію у вигляді п'ятнадцяти відсоткової знижки, яку надає компанія своїм клієнтам. Всі ці дані свідчать про другорядну роль зображення в тексті та його часткову креолізацію.

В текстах з *повною креолізацією*, для яких характерні відношення синсемантичного характеру між вербальним та іконічним компонентами, вербальна частина не може існувати автономно, незалежно від іконічного компонента, а зображення є обов'язковим елементом в організаційній структурі двокодового утворення, без якого текст втрачає свою текстуальність (агітаційні плакати, рекламні оголошення, комікси, карикатури) [1, 15].

Розглянемо, наприклад, двокодовий текст з повною креолізацією, яким є коротка замітка в німецькомовній газеті "Die süddeutsche Zeitung" від 2 жовтня 2009 року, де йдеться про бажання британського видавця опублікувати уривок з книги Адольфа Гітлера "Моя боротьба".



Рис. 2. [*Süddeutsche Zeitung, Donnerstag, November 2, 2009, c.15*]

Наведений текст є семіотично ускладненим, двокодовим, оскільки, крім вербального тексту, повідомлення містить іконічні засоби, зокрема зображення, яким є фотографія нацистського лідера Адольфа Гітлера, а також інші невербальні засоби, такі як зміна кольорового оформлення певних частин тексту, зміна шрифту, накладання вербального коду на невербальний. Вербальний компонент даного повідомлення має певне значення, проте отримує повноцінну смислову завершеність, стає зрозумілим під час встановлення семантичного зв'язку з невербальною частиною тексту (фотографією лідера націонал – соціалістів Німеччини). Знання візуального та широкого екстралінгвістичного контекстів дозволяє читачеві інтерпретувати книгу, про яку йдеться, як таку, яку не слід читати – закриті очі як натяк на недавню заборону читання, або ж таку, яку важко читати – акцент покладений не на просте візуальне сприйняття, а на обмірковування, обдумування. Накладання тексту на зображення натякає на те, що очі "зустрінуться" з чимось (unlesbar = unverständlich) незрозумілим, складним для сприйняття та розуміння, що в свою чергу покликає підготувати читача до знайомства з серйозною книгою.

Зображення у двокодовому тексті виконує певні функції, воно може повторювати основний текст (репетиційні двокодові тексти), додавати інформації (адитивні двокодові тексти), підкреслювати певний аспект вербальної інформації, яка за своїм об'ємом значно перевищує іконічну (виділяючі двокодові тексти), зображення вбудоване у вербальний текст, або текст доповнює зображення в інтересах спільної передачі інформації (інтегративні двокодові тексти), зображення виконує основну роль, а текст лише доповнює і конкретизує його (зображувально-центричні двокодові тексти), зміст, який передає картинка вступає в протиріччя з вербальною інформацією (опозитивні двокодові тексти)[1, 16]. Функції, роль зображення

та інших іконічних засобів у двокодових гетерогенних текстах розглянемо детальніше у подальших наших дослідженнях.

Висновки. На основі опрацьованого матеріалу приходимо до висновку, що комунікація є семіотично негомогенним процесом передачі інформації, який крім мовних засобів містить також невербальні включення. Залежно від кількості знакових систем, присутніх у семіотично ускладнених формах письмової комунікації, розрізняємо монокодові, двокодові (креолізовані) та полікодові тексти. Перспективу подальшого нашого дослідження вбачаємо в більш детальному вивченні дво – та полікодових текстів як лінгвовізуальних феноменів.

Література

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. / Анисимова Елена Евгеньевна. – М. : Академия, 2003. – 128с.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / Бацевич Флорій Сергійович. – Київ : Академія, 2004. – 308 с.
3. Бернацкая А. А. К проблеме ”креолизации“ текста: история и современное состояние. / А. А. Бернацкая // Речевое обращение: Специализированный вестник. – Красноярск, 2000. – С. 104 – 110. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://library.krasu.ru/ft/ft/_articles/0070277.
4. Большакова Л. С. О содержании понятия ”поликодовый текст“. / Л. С. Большакова // Вестник СамГУ. – 2008. – №4 (63). – С. 19 – 24
5. Ищук М. А. Гетерогенный текст: функции его составляющих. / М. А. Ищук // Вестник ТвГУ. – 2008. – Вып. 13 – С. 176 –182.
6. Павлюк Л. С. Знак, символ, міф у масовій комунікації. – Львів: ПАІС, 2006 – 120с.

7. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. // Оптимизация речевого воздействия. – Москва.: Наука. – 1990. – 180-186.
8. Сонин А. Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления. / А. Г. Сонин // Вопросы языкознания. – М., 2005 – № 6. – С. 115 – 123.
9. Якобсон Р. О. Язык в соотношении к другим системам коммуникации // Р. О. Якобсон. Избранные работы – М.: Прогресс, 1985. – С. 306 – 330.

Джерела ілюстративного матеріалу:

10. Süddeutsche Zeitung. – 2009. – Donnerstag, November 2. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.sueddeutsche.de>
11. Frankfurter Allgemeine Zeitung. – 2011.– Mittwoch, Dezember 7. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.faz.net>