

Вранчан Елена Витальевна

ПОНЯТИЕ "ВЕЩЬ" КАК ОБЪЕКТ СЕМИОТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

В статье основное внимание автор уделяет рассмотрению специфики языковой номинации вещи как культурно-творческого акта (теория Р. Барта) и описанию способов взаимодействия человека и вещи как знака дегуманизированной культуры (теория Ж. Бодрийяра). В связи с этим понятие "вещь" структурно обновляется в контексте динамической семиотической системы, поэтому характеризуется неоднозначно.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/4-1/10.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 4 (46): в 2-х ч. Ч. I. С. 41-44. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/4-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 8

Филологические науки

В статье основное внимание автор уделяет рассмотрению специфики языковой номинации вещи как культурно-творческого акта (теория Р. Барта) и описанию способов взаимодействия человека и вещи как знака дегуманизированной культуры (теория Ж. Бодрийяра). В связи с этим понятие «вещь» структурно об-новляется в контексте динамической семиотической системы, поэтому характеризуется неоднозначно.

Ключевые слова и фразы: семиотика; семиотическая система; риторика; неориторика; знак; знаковая сущность вещи; мифология вещи.

Вранчан Елена Витальевна, к. филол. н.

Новосибирский государственный университет экономики и управления

vra545@yandex.ru

ПОНЯТИЕ «ВЕЩЬ» КАК ОБЪЕКТ СЕМИОТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

В вещах, которыми окружает себя человек, накапливаются смыслы, которыми он наделяет свое общение с другими людьми. Коммуникативная функция слова , вещьѝ особо обозначена в философском словаре: , Вещи – тела, предметы, средства действий, на основе которых человек строит свои практические и познавательные отношения с миромѝ [11, с. 104]. Можно сказать, что вещь есть код, который не сразу дешифруется адресатом. Сложность понятия , вещьѝ объясняется тем, что оно фигурирует в весьма разных культурных сферах и сочетает в себе материальное и символическое. Распадение семантики вещи на область , вещественногоѝ и на область , идеальногоѝ прослеживается уже с середины XIX века. Например, в , Толковом словаре русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова слово , вещьѝ обозначает не только , неодушевленный предмет, принадлежащий к движимому имуществуѝ, но и , факт, случай, обстоятельство, дело, явлениеѝ [12, с. 267]. В рамках данной статьи мы остановимся на рассмотрении понятия , вещьѝ в контексте семиотической системы.

Сначала сравним культурологический и философский способы осмысления понятия , вещьѝ как объекта семиотики. Так, по мнению культурологов и семиотиков (Р. Барта, Ю. М. Лотмана, Ю. Кристевой [1; 7; 10]), семиотический анализ обнаруживает наибольшую общность между языком и художественной литературой, т.е. искусством, использующим язык в качестве своего средства. Так, французский структуралист и семиотик Ролан Барт переносит внимание с , семиологии структурыѝ на , семиологию структурированияѝ, с анализа статичного , знакаѝ и его твердого , значенияѝ на анализ динамического процесса , означиванияѝ. Такое динамическое восприятие объекта ведет к познанию источника его происхождения и , означиванияѝ, к поиску того промежуточного состояния между вещами и словами, которое позволит проникнуть в , ирреальную реальность языкаѝ. В связи с этим примечательно бартовское утверждение: , Реализм, понимаемый таким образом, должен заключаться не в копировании вещей, а в познании языка; “реалистичнее” всех будет не то произведение, в котором “живописуется” реальность, а то, которое, пользуясь реальным миром как содержанием <...>, глубже всех проникнет в ирреальную реальность языкаѝ [1, с. 243-244]. Согласно этому утверждению, правдивее та литература, которая сознает себя максимально ирреальной.

Проблема статического и динамического в семиотических системах интересовала также Ю. М. Лотмана. Он считал очевидным то, что , описание системного (“существующего”) одновременно будет и указанием на природу внесистемного (“несуществующего”)ѝ [10, с. 45]. Иными словами, , мир внесистемного представляется как перевернутая системаѝ, что сопровождается, как правило, меной верха и низа, существующего и как бы несуществующего.

Ю. Кристева, придерживаясь материалистического подхода, утверждает, что , принцип структурирования усматривается в самой материальности структурируемого объекта» [7, с. 326]. При этом она указывает на , посредующее звено между духом и материейѝ – *lekton* (выраженная вещь). По мнению исследовательницы, если связь между означающей единицей и идеей ослабляется, то эта единица становится более , материальнойѝ.

Философы и психоаналитики (М. Хайдеггер, Ж. Лакан, Ж. Бодрийяр [2; 8; 13]) формируют несколько иное представление о вещи. Так, М. Хайдеггер описывает вещь в ее бытийном отношении. По мнению философа, вещественность вещи заключается не в материале, из которого она состоит, а во , вмещающей пустотеѝ. Например, в подношении полной чаши он видит одновременное пребывание земли и неба, божества и смертных [13]. М. Хайдеггер подчеркивает, что именно , из веществования как собирающе-сбывающегося пребывания четверицыѝ мы даем чаше имя – вещь [Там же, с. 321].

По мнению Ж. Лакана, , вселенная вещейѝ упорядочивается во , вселенной языкового смысла», потому что , именно мир слов и порождает мир вещей, поначалу смешанных в целом становящегося “здесь и теперь”; порождает, сообщая их сущности свое конкретное бытие, а тому, что пребывает от века (*χτήρα ἐς ἀεί*) – свою вездесущность» [8, с. 46]. То есть модель языкового смысла вещи выстраивается из именованной вещи.

Ж. Бодрийяр, описывая систему вещей, акцентирует особое внимание на характеристике двух типов вещи: один тип вещи может выступать в роли модного образца-модели, а другой – в роли старинной, коллекционной вещи, фиксирующей время. При этом, по мнению философа, постепенная утрата вещью поэтико-метафорической символики приводит к тому, что человек , больше уже не *нуждается* в вещах, а лишь

оперирует ими как опытный специалист по коммуникациям [2, с. 32]. В таком обществе стремятся отметить любое происхождение вещи.

Рассмотрев ряд суждений о понятии «вещь», укажем на некоторое отличие позиции культурологов от позиции философов. Так, культурологи полагают, что вещь выступает «посредующим звеном» между статическим и динамическим процессами, поэтому предстает одновременно «существующей» и «несуществующей». Познание такой вещи связано с познанием языка. Философы стремятся описывать вещь в ее становлении, но при этом склонны представлять ее статичным объектом внутри мира, а именно: объектом в его бытийном отношении (М. Хайдеггер), объектом языкового смысла (Ж. Лакан), объектом «бытовой мифологии» (Ж. Бодрийяр).

Мы будем придерживаться того мнения, что познание вещи невозможно без познания языка, потому что, как известно, любой предмет подвергается языковой номинации. По мнению Р. Барта, такой предмет подводится под общие категории, превращается в знак реальности. Под знаком в современной науке понимают «материальный, т.е. чувственно воспринимаемый объект (явление, действие, процесс), который выступает «заместителем» другого объекта» [5, с. 38]. Под знаком может пониматься и любой материальный носитель социальной информации. При этом следует учитывать, что в разных культурах один и тот же предмет может быть по-разному обозначен, а одна и та же фраза может восприниматься по-разному разными адресатами. Чтобы понять отношения между знаковыми системами и теми, кто их использует, нужно знать общую прагматическую установку. Как известно, прагматика – раздел семиотики, который по предмету изучения и по задачам соответствует риторике. Думается, обращение к теории риторики позволит понять, как формируется знаковая природа вещи.

Если говорить об истоках риторики, то для нее, с одной стороны, важным становится владение искусством слова (элоквенция), а с другой – владение логикой (аргументация). Эта антиномия отразилась в борьбе, развернувшейся в Древнем Риме (середина I в. до н.э.), двух риторических школ – азианистской, предполагающей совпадение риторической речи с речью художественной, и аттической, предполагающей четкость и логическую определенность речи. По мере развития средств массовой коммуникации на смену классической риторики приходит новая живая риторика, которая, в первую очередь, применима к пониманию семиотики вещи в рекламе.

Основные идеи неориторики изложил бельгийский философ Х. Перельман. Рассмотрев основные идеи Х. Перельмана, Ю. В. Шатин отмечает следующее: «Неориторика Х. Перельмана одновременно придает его теории антропоцентрический статус, ставя во главу угла возможность свободного выбора человека, и в то же время не исключает необходимости манипулирования чужим сознанием посредством специально организованных словесных конструкций» [14, с. 13]. Если применить эту теорию к рассмотрению отношений между знаковыми системами и теми, кто их использует, то возникнет модель рекламной коммуникации. В связи с этим антропоцентрический статус вещи может позволить адресату (потребителю) осуществить свободный выбор, что в то же время не будет исключать необходимость манипулирования человеческим сознанием за счет эксплуатации его мотивов и потребностей.

Нужно сказать, что рекламный текст убеждает человека купить не просто вещь, а образ предмета – имидж, который становится элементом массовой культуры и, соответственно, человеческого сознания. Иными словами, теория неориторики как речевого воздействия превращает вещь в товар, который также является знаком. Его форма – это то, что может быть воспринято органами чувств (цвет, размер, вес и т.п.), а к содержанию относятся все те признаки (сигнификаты), которые важны для данного товара (функция, назначение, цена и т.п.). Здесь важно учитывать не только денотативное (предметно-понятийное), но и коннотативное (ассоциативно-образное, эмоциональное) значение предмета.

Вещь получает то или иное значение, если участвует в процессе именованности или «означивания». Один из способов именованности вещи дает теория семиотики Р. Барта. Согласно этой теории, «человеческая история может превратить реальность в слова», а слово может придать бесформенной материи форму в именовании вещи. Специфика такой языковой номинации в том, что любой индивидуальный предмет подводится под общие категории, поэтому одним из способов означивания становится миф. По замечанию Р. Барта, миф есть форма. Здесь следует добавить, что миф – это форма, участвующая в поэтапном выстраивании универсальной модели становления вещи: 1) познание «мира вещей»; 2) изготовление вещи (материя); 3) наименование вещи (форма); 4) демонстрация вещи (функции вещи); 5) практическое использование вещи (отношения, которые могут складываться между человеком и вещью). Сначала «объектом мифического слова» становятся одни вещи, затем они исчезают, а их место занимают другие. Такая смена закономерна и обусловлена историческими процессами. Например, в древности кукла являлась оберегом, но постепенно утратила эту магическую функцию.

Миф о вещи по-разному реализуется в литературе и в рекламном сообщении. При этом литературный текст ориентирован на реализацию художественно-эстетической функции, а рекламный текст – на обеспечение товаров и услуг спроса на рынке. Например, в статье «Содержание понятия “медиация” и функция медиаторов в ранней прозе Н. В. Гоголя» мы раскрыли содержание понятия «медиация» и рассмотрели сказочно-мифологическую природу персонажей-медиаторов в художественном мире раннего Н. В. Гоголя. Исследование мифопоэтики ранней прозы писателя показало, что «сказочно-мифологическая медиация реализуется в прозе Гоголя не автономно, а в метонимической или метафорической связи с другими медиаторами-персонажами или медиаторами-стихиями: коня и черта, коня и птицы, лодки-дуба, огня и воды» [4, с. 47]. То есть в художественном мире Гоголя мифология вещи представлена с установкой на динамику, поэтому доминируют формы и фактуры с сильной внутренней и внешней динамикой. Как было сказано, именно динамическое восприятие предметного мира ведет к познанию источника его происхождения.

Материальным носителем мифического сообщения может быть не только художественный, но и рекламный текст. Учитывая это, мы описали миф о вещи-товаре в статье «Мифологизация товара в современной рекламе как способ манипулятивного воздействия на сознание потребителя». В данной статье были выявлены

мифотворческие техники в разных рекламных сообщениях. В качестве имплицитного способа воздействия на сознание потребителя представлен прием мифологизации рекламируемой вещи. Этот прием отразился в следующем: «В рекламе все вещи – бытовая техника, косметика, пищевые продукты, автомобили и пр. – обретают магическую функцию и реализуют ее в качестве волшебных помощников – медиаторов» [3, с. 57]. Важно подчеркнуть, что в рекламе, в отличие от гоголевской прозы, миф творит мир без противоречий, эксплуатируя идею создания атмосферы всеобщего счастья.

С одной стороны, придерживаясь концепции бартовского постструктурализма, мы ориентированы на анализ динамического процесса «означивания». С другой стороны, следует признать, что любая вещь подводится под общие категории, а способом «означивания» может стать миф. По мнению Р. Барта, мифу противопоставлена поэзия (поэтический знак), потому что до того, как вещи стали объектом мифического слова, их прямой и переносный смысл не различался, то есть всякий предмет смешивался с другими. Вот почему примеры мифологизации товара в рекламном объявлении представляют устойчивую тенденцию к повторению, а примеры уникально-авторского освоения мифа в художественном тексте позволяют выявить поэтико-метафорическую символику вещи.

По замечанию Ж. Бодрийяра, реклама «имеет дело не с вещами как таковыми, а с культурными знаками», которые «все больше отрываются от референтного, то есть собственно человеческого (личностного или родового) смысла; это знаки дегуманизированной культуры, в которой человек отчужден» [2, с. 5]. Как нам кажется, такой способ взаимодействия человека и вещи может быть разрушительным, так как превращает человека в одиночку-индивидуалиста, отрывая его от коллективного общекультурного представления о вещи. Иными словами, динамика потребления вещи не должна реализовываться в ее отрыве от культурного прошлого.

Для регулирования способа обращения человека с вещами Ж. Бодрийяр сравнивает традиционную домашнюю обстановку с современной домашней обстановкой. По мнению философа, патриархальный быт представлен тяжеловесно-пузатыми столами и буфетами, несущими на себе «дополнительные значения материнства», а современная мебель, утратив свою тяжеловесность, «сопровождается новым, более тонким формализмом...» [Там же, с. 53-54]. Здесь следует подчеркнуть, что каждая вещь должна пребывать на своем месте, потому что именно это делает ее сакральной, способной поддержать мировой порядок [9]. Учитывая эти суждения, представим систему вещей Ж. Бодрийяра как структуру.

Традиционная обстановка:

буржуазный интерьер – столовая + спальня, то есть вся мебель тяготеет к буфету или кровати;

характер интерьера – патриархальный;

пространство, в котором действует тенденция его загромождения и замкнутости;

вещи-монументы характеризуются структурностью, монофункциональностью, несменяемостью, внушительным присутствием и иерархическим этикетом;

назначение вещи – стойкость традиционных семейных структур в весьма широких слоях современного общества.

Современная обстановка:

современный интерьер – угловые диваны, задвинутые в угол кровати, низкие столики, стеллажи, блочная мебель;

характер интерьера – повышенная подвижность мебели;

пространство, в котором действует тенденция вынужденного приспособления к недостатку жилой площади;

серийные вещи характеризуются отсутствием структурности, многофункциональностью и подвижностью;

назначение вещи – более либеральные отношения между индивидом и вещами, не осуществляющими и не символизирующими морального принуждения.

Сравнительное описание традиционной и современной домашней обстановки представлено в виде оппозиций: статичность / подвижность, монофункциональность / многофункциональность, структурность / отсутствие структурности и др. Думается, строго уравновешенный синтез традиционной (природной) и современной (искусственной) структур интерьера становится возможен через восприятие вещи как произведения искусства, которое одновременно вписывается в современный интерьер и запечатлевает некое достопамятное прошлое.

Итак, рассмотрев разные способы описания понятия «вещь», мы обратились к проблеме статического и динамического в семиотических системах. Как было выявлено, одним из основных источников динамики динамического структур является внесистемное описание вещи, приравниваемое к творческому акту. Такой тип семиотической системы ориентирован на реализацию художественно-эстетической функции вещи, на познание источника ее происхождения (вещь в литературе). Отказ от внесистемных элементов описания ведет к статике и дальнейшей индивидуализации вещи как предмета потребления (вещь в рекламе). Между этими типами семиотических систем развивается сложное семиотическое целое – вещь как предмет культуры.

Список литературы

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / пер. с фр. Г. К. Косикова. М.: Прогресс; Универс, 1994. 616 с.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей / пер. с фр. С. Зенкина. М.: РУДОМИНО, 2001. 219 с.
3. Вранчан Е. В. Мифологизация товара в современной рекламе как способ манипулятивного воздействия на сознание потребителя // Альманах современной науки и образования. 2014. № 10 (88). С. 56-58.
4. Вранчан Е. В. Содержание понятия «медиация» и функция медиаторов в ранней прозе Н. В. Гоголя // Альманах современной науки и образования. 2013. № 9 (76). С. 45-47.
5. Иссерс О. С. Речевое воздействие. М.: ФЛИНТА; Наука, 2013. 240 с.
6. Концепт вещи в славянских культурах / отв. ред. Н. В. Злыднева. М.: Институт славяноведения РАН, 2012. 384 с.

7. Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики / пер. с фр. Г. К. Косикова, Б. П. Нарумова. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. 656 с.
8. Лакан Ж. Функция и поле речи и языка в психоанализе / пер. с фр. А. К. Черноглазова. М.: ГНОЗИС, 1995. 192 с.
9. Леви-Стросс К. Первобытное мышление / пер. с фр. А. Б. Островского. М.: Республика, 1994. 384 с.
10. Лотман Ю. М. Статьи по семиотике искусства. СПб.: Академический проект, 2002. 544 с.
11. Современный философский словарь / под ред. В. Е. Кемерова. М.: Академический Проект, 2004. 864 с.
12. Толковый словарь русского языка: в 4-х т. / под ред. Д. Н. Ушакова. М.: Советская энциклопедия, 1934. Т. 1. 1567 с.
13. Хайдеггер М. Время и бытие: статьи и выступления / пер. с нем. В. В. Библихина. М.: Республика, 1993. 447 с.
14. Шатин Ю. В. Неориторика. Новосибирск: НГУ, 2012. 120 с.

THE NOTION "THING" AS AN OBJECT OF SEMIOTIC SYSTEM

Vranchan Elena Vital'evna, Ph. D. in Philology
Novosibirsk State University of Economics and Management
vra545@yandex.ru

In the article the author focuses on the consideration of the specificity of language nomination of a thing like a cultural and creative act (the theory of Roland Barthes) and the description of the ways of interaction between a human being and a thing as a sign of dehumanized culture (the theory of Jean Baudrillard). In this regard the notion "thing" is updated structurally in the context of the dynamic semiotic system, therefore it is characterized ambiguously.

Key words and phrases: semiotics; semiotic system; rhetoric; neo-rhetoric; sign; symbolic essence of a thing; mythology of a thing.

УДК 81'23+81'42+81'37

Филологические науки

Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме моделирования процесса понимания текста и, в частности, роли антиципации в этом процессе. Особое внимание уделено экспериментальному моделированию этапа антиципации в ходе понимания текста на иностранном языке. Основное содержание статьи составляет анализ результатов проведенного эксперимента по пониманию текста. Статья также содержит ряд рекомендаций по работе с текстом на иностранном языке со студентами технических вузов.

Ключевые слова и фразы: моделирование; понимание текста; антиципация; прогнозирование; содержание текста; смысловая гипотеза; перевод текста.

Вшивкова Татьяна Владимировна, к. филол. н.
Пермский национальный исследовательский политехнический университет
rector@pstu.ru

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ АНТИЦИПАЦИИ ПРИ ПОНИМАНИИ ИНОЯЗЫЧНОГО ТЕКСТА

Проблема развития прогностической способности стала предметом специального изучения еще в 80-90 годы двадцатого столетия [1; 7]. Логика исследований в области изучения отдельных психических процессов и свойств личности привела к необходимости познания тех образований, которые являются интегративными. Именно такой, интегрирующей в себе качества познавательных процессов, эмоционально-мотивационные свойства личности, когнитивную и регулятивную функцию отражения, является прогностическая способность. В общепсихологическом плане прогнозирование может выступать на различных уровнях: субсенсорном, сенсорном, перцептивном, на уровне представлений и речемыслительном [3]. Перечисленные уровни различаются между собой степенью сложности структуры процесса антиципации, способами приема, переработки и интеграции прошлой, текущей и будущей информации, а также своими регулятивными функциями, в частности, дальностью или разрешающей способностью прогноза. В любом виде деятельности объединяются все уровни антиципации при ведущей роли одного из них. Существенным для антиципации на речемыслительном уровне является использование не только образов предметов, но и знаков, знаковых систем, созданных человеком, в которых зафиксирован его обобщенный опыт. Процесс понимания речевого сообщения исключительно сложен и включает в себя много разных компонентов. Антиципация оказывается, вплетенной в процесс понимания как один из его компонентов. Изучение этого процесса представляет собой огромные трудности из-за того, что процесс понимания у человека характеризуется внезапностью и не может быть непосредственно наблюдаем. Необходимы теоретические и экспериментальные исследования такого малоизученного его компонента, каким остается предвосхищение или антиципация содержания воспринимаемого текста [2, с. 1]. Поскольку этап антиципации является неотъемлемым условием адекватного понимания, его обязательно необходимо учитывать при обучении иностранному языку и в частности переводу. С этой целью мы разработали и провели психолингвистический эксперимент по восприятию и пониманию иноязычного текста, поскольку данный текст позволяет максимально замедлить процесс осмысления и эксплицировать этап антиципации.