

РАЗДЕЛ III. РОМАНО-ГЕРМАНСКОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 811.111-26

Зубова У.В.

*Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова*

ВЕРТИКАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ В РАБОТАХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ФИЛОЛОГОВ

U. Zubova

Lomonosov Moscow State University

VERTICAL CONTEXT IN THE WORKS OF RUSSIAN AND FOREIGN PHILOLOGISTS

Аннотация. В статье рассматривается история изучения вертикального контекста с опорой на работы нескольких поколений учёных, в которых представлены разные классификации аллюзивных фигур речи и определены основные источники цитирования. Итоги исследовательской деятельности отечественных филологов сопоставляются с выводами и терминологией зарубежных учёных. Предложен целый ряд обобщений, которые будут полезны лингвистам и филологам, интересующимся вопросами интерпретации функционально-коммуникативных типов речи.

Ключевые слова: вертикальный контекст, аллюзивная фигура речи, цитата, аллюзия.

Abstract. The article focuses on the history of vertical context and on allusive figures of speech, their classification and categorization as presented and detailed in the research projects and publications authored by Russian academics. The research work and terminology introduced by philologists in this country is compared to those of foreign scholars. The conclusions and generalizations, which conclude the article, would be useful for those interested in the issues of functional-communicative types of speech.

Key words: vertical context, allusive figure of speech, quotation, allusion.

Вертикальный контекст представляет собой «информацию историко-филологического характера, объективно заложенную в конкретном литературном произведении» [2, с. 47]. Восприятие и интерпретация этой информации всегда предполагает наличие у читателя определённого фонового знания.

Термин **вертикальный контекст** был введён О.С. Ахмановой и И.В. Гюббенет во второй половине прошлого столетия [2, с. 47; 7]. В зависимости от способов введения вертикального контекста различают **филологический** (цитаты, аллюзии, деформированные идиомы) и **социально-исторический** вертикальный контекст (разного рода реалии, имена собственные, топонимы).

© Зубова У.В., 2013.

Вертикальный контекст как филологическая проблема подробно описывается в книгах И.В. Гюббенет [7; 8]. Филологическому и социально-историческому вертикальному контексту также посвящено много работ отечественных учёных, которые на примере произведений художественной литературы ставят своей задачей ответить на ряд вопросов, например: Как вертикальный контекст представлен в художественном произведении? Каковы основные способы введения вертикального контекста? Какие источники являются инвариантами для аллюзивных фигур речи, присутствующих в произведении? Как можно определить наличие аллюзивности в том или ином отрезке текста? [7; 8; 11; 17; 4].

Сложность ответа на первый из перечисленных вопросов заключается в многообразии терминов, обозначающих разные группы аллюзивных фигур речи, например: *аллюзия*, *цитата*, *реалия*. И.В. Гюббенет предлагает следующую дифференциацию: филологический вертикальный контекст представлен деформированными идиомами, цитатами и аллюзиями; социально-исторический вертикальный контекст включает в себя реалии и имена собственные. Л.В. Болдырева различает собственно социально-исторический вертикальный контекст («часть историко-филологической информации, объективно заложенной в литературном произведении и раскрывающей перед читателем картину внешнего мира, определённого среза действительности во всём многообразии её проявлений») и социально-исторический фон эпохи («совокупность черт, характеризующих важнейшие аспекты жизни людей как представителей определённой социальной группы на протяжении определённого исторического периода») [4, с. 9–12].

Идиомы и их функционирование в устном и письменном дискурсе были детально описаны Л.А. Чиненовой, по мнению которой, особенности функционирования идиом и частотность их воспроизведения зависят как от языковых, так и от экстралингвистических факторов. Л.А. Чиненова показывает зависи-

мость способности идиомы к деформации от её структуры и отмечает, что деформация целого ряда идиом может быть рассмотрена не как индивидуально-авторский приём, а как присущая собственно идиомам функциональная характеристика — норма их речевого поведения [20, с. 24]. А.А. Изотова предложила классификацию способов деформации идиом в современных печатных средствах массовой информации: добавление, вклинивание, замена и усечение [10, с. 4]. Что касается цитат, И.В. Гюббенет в своих книгах использует классификацию Н.Ф. Катинене, которая рассматривала полные, усечённые и деформированные цитаты [11].

Подробная классификация аллюзивных слов и высказываний предлагается И.С. Христенко: по отношению к объекту выделяются аллюзии на прототекст и аллюзии на протореальность; с точки зрения структуры И.С. Христенко выделяет содержательные, т. е. эксплицитно представленные в тексте, и стилистические аллюзии — не прямые ссылки на источник [19, с. 49].

Часто сложно обозначить чёткую границу между цитатой и аллюзией, поэтому некоторые учёные не разделяют цитаты и аллюзии как отдельные понятия: они выстраивают иерархию, считая одно из них более общим, а другое — его разновидностью. Например, И.В. Гюббенет называет аллюзией максимально деформированную цитату [7, с. 35]. Ту же разновидность чужого слова подразумевает В.В. Варченко, говоря об аллюзийном или скрытом цитировании [6, с. 24]. И.С. Христенко, напротив, употребляет термин «аллюзия» как родовой для цитаты и аллюзии, полагая, что цитату отличает от аллюзии точность воспроизведения и намеренная графическая выделенность в тексте [19, с. 49].

Существуют разные способы введения вертикального контекста в художественное произведение. И.В. Гюббенет выделяет следующие способы: 1) автор сам даёт детальную информацию об источнике; 2) герои художественного произведения сообщают эту информацию читателю; 3) намеренно даётся ссылка на неверный источник для достиже-

ния комического эффекта; 4) известные цитаты представлены как анонимные, либо как пословицы или поговорки; 5) вертикальный контекст введён без графических обозначений, что приводит к слиянию слов автора и цитатной речи; 6) даётся авторский комментарий; 7) цитата деформируется, что приводит к смешению регистров и стилей; 8) сравнения (какой-то элемент из заимствующего текста сравнивается с определённым элементом из текста-источника, что приводит к более полному пониманию текста читателем в случае наличия у него достаточного фонового знания) [7, с. 47].

Особую сложность представляют те случаи, когда вертикальный контекст вводится без каких-либо комментариев и графических маркеров, что затрудняет не только его распознавание, но и определение количества фонового знания, необходимого для понимания текста с высокой степенью аллюзивности. Весьма проблематичным является и определение оптимального объёма аллюзивности – чрезмерное использование автором аллюзивных фигур речи может стать серьёзным препятствием для читателя, стремящегося понять художественное произведение.

И.В. Гюббенет выделяет следующие основные источники аллюзивных фигур речи в произведениях художественной литературы: произведения Уильяма Шекспира, Библия, англоязычная классическая проза и поэзия, мировая литература в оригинале и переводах, античная литература и мифология, историческая литература, высказывания исторических лиц и об исторических лицах, детские стихи, пословицы и поговорки [8, с. 27].

В работах, посвящённых исследованию вертикального контекста, также дан ответ ещё на один существенный вопрос: Для чего используются аллюзивные фигуры речи? Огромный вклад в решение этой сложной проблемы выявления аллюзивных фигур речи внесён М.Ю. Прохоровой. Обобщим результаты осуществлённого прагмалингвистического исследования [17]:

1) для обнаружения деформированной, скрытой цитаты предполагается научиться

находить в тексте те места, которые будут явно «выпадать» из авторского стиля изложения, по самым разнообразным своим свойствам вызывать какие-то ассоциации с фоновыми знаниями в области английской художественной литературы;

2) хотя значение словарей цитат нельзя переоценить, они должны восприниматься с долей сомнения, так как само понятие «аллюзивный инвариант» исторически условно;

3) чаще всего полные цитаты представляют собой одну-две строки (если это поэтическое произведение) или одно законченное предложение (в случае прозаического источника);

4) в целом ряде случаев именно знаки препинания выступают в качестве основной опоры при прагмалингвистическом выявлении аллюзивных фигур речи в тексте литературно-художественного произведения;

5) особенностями построения речи, которые помогают читателю или слушателю распознать наличие вертикального контекста, чаще всего являются аллитерация, использование устаревших слов, выражений, резкая смена ритма внутри одного короткого отрезка текста.

Для определения, почему та или иная аллюзивная фигура речи была употреблена автором, М.Ю. Прохорова использует метод сопоставления двух текстов – заимствующего текста и текста-источника. В качестве алгоритма предлагается следующий порядок: 1) нахождение аллюзивной фигуры речи в обоих текстах; 2) поочередное объяснение употребления этой фигуры в каждом из текстов на семантическом уровне; 3) объяснение вертикального контекста в заимствующем тексте с точки зрения лингвопоэтики.

Работы отечественных филологов содержат большой объём сведений об онтологии вертикального контекста в развёрнутых произведениях речи, относящихся к таким функциональным стилям, как художественный и публицистический. В книгах и статьях зарубежных учёных, несмотря на отсутствие самого термина «вертикальный контекст», все же присутствуют некие аналоги этого по-

нения. Прототипами вертикального контекста и горизонтального контекста являются *infracontext* и *surface context*, предложенные Клаусом Шаром [26, с. 377–389]. Ещё в 1960 г. Джордж Генри Валлинс обращал внимание на прозрачность границ между терминами **аллюзия** и **цитата**. Не называя понятия «фонное знание», он говорит о «письменном наследии» и «запоминающихся фразах, которые проникают в язык» [27, с. 59]. Именно Валлинсу принадлежит известная метафора, которую отечественные специалисты не раз использовали для характеристики вертикального контекста: автор воспринимается как создатель кроссворда, который читателю предстоит разгадать (“But in fact all allusion, which travels far beyond the limits of classical mythology and ranges the whole world, is bound in the nature of things to leave the reader parting a little way behind. The writer, like settler of a quiz or a crossword puzzle, has the advantage” [27, с. 64]).

Метафора Валлинса призвана подчеркнуть, что эффективность процесса чтения связана со степенью пересечения фонового знания читателя со сведениями, которыми располагает автор художественного произведения. Гарольд Блум говорит о том, что адекватное прочтение произведения в принципе невозможно, так как сам текст – интерпретация других текстов, а прочтение текста – интерпретация интерпретации текстов. Соответственно, попытка интерпретировать текст выглядит ещё более сложной задачей в этой цепочке интерпретаций [21, с. 3].

То, о чём пишет Блум, напрямую связано с понятием **интертекстуальность**, введённым Юлии Кристевой и, в отличие от термина **вертикальный контекст**, широко используемым в работах как зарубежных, так и отечественных учёных. Под интертекстуальностью понимается свойство текста выступать в качестве «мозаики цитации». Каждый текст понимается как «впитывание и трансформация какого-либо другого текста» [13, с. 167].

Немало работ зарубежных специалистов посвящено обыгрыванию и деформации идиом, цитат, классификации аллюзий. Вы-

воды и наблюдения во многом пересекаются с выводами и наблюдениями, сделанными отечественными учёными в связи с изучением вертикального контекста. Главным отличием является отсутствие этого понятия за пределами отечественной филологии.

Другая особенность истории вертикального контекста заключается в том, что материалом, используемым для изучения этой филологической проблемы, почти всегда были произведения художественной литературы. В наши дни всё чаще в работы отечественных учёных проникают тексты средств массовой информации [10; 14; 15; 1; 6; 12].

В начале 90-х г. прошлого столетия основой многих исследований отечественных филологов-англистов становится язык делового общения. Наряду с исследованием собственно языковых составляющих [16; 18; 5] ставится задача описания средств экспрессивности в англоязычном деловом дискурсе [22; 23; 24; 25; 9; 3]. Изучение аутентичных англоязычных статей из авторитетных периодических изданий позволило сделать следующие наблюдения: в печатных средствах массовой информации филологический вертикальный контекст представлен в заголовках, подзаголовках, комментариях к иллюстрациям и таблицам, а также в самих текстах статьи; основными источниками аллюзивных фигур речи в деловой журналистике являются прежде всего произведения Уильяма Шекспира, Библия, англоязычная классическая проза и поэзия, пословицы и поговорки; реже цитируются современная литература, поэтический дискурс и тексты популярных песен.

Завершая статью и обобщая опыт отечественных и зарубежных филологов, можно сделать следующие выводы об истории вертикального контекста: за 30 лет существования ключевого термина в отечественной филологии была подробно изучена структура филологического вертикального контекста и выделены основные составляющие — деформированные идиомы, цитаты, аллюзии; определены основные источники-инварианты вертикального контекста; предложена и разъяснена методика пошагового обнаружения и

толкования аллюзивных фигур речи; проанализировано немало текстов художественной литературы и печатных средств массовой информации с точки зрения реального бытования и функционирования вертикального контекста. В зарубежной филологии, несмотря на использование других понятий и терминов, на различия в трактовании тех или иных терминов, на отсутствие самого понятия «вертикальный контекст», сохраняется интерес к проявлениям интертекстуальности и онтологии экспрессивности. И, как уже было отмечено выше, наблюдения зарубежных учёных во многом сопоставимы с выводами отечественных филологов.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Аникина Э.М. Лингвокультурная специфика реализации интертекстуальности в дискурсе СМИ (на материале англо-американской прессы): дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2004. – 233 с.
2. Ахманова О.С., Гюббенет И.В. «Вертикальный контекст» как филологическая проблема // Вопросы языкознания. – № 3. – 1977. – С. 47–54.
3. Богородицкая В.А. Общеупотребительная бизнес-терминология в современном аутентичном англоязычном дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2010. – 191 с.
4. Болдырева Л.В. Социально-исторический вертикальный контекст и проблема понимания литературно-художественного текста: дис. ... канд. филол. наук. – М., 1991. – 207 с.
5. Буданова Б.В. Онтология знаковости в деловом общении на английском языке: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – 133 с.
6. Варченко В.В. Формы и функции цитатной речи в медиа-тексте (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук. – М., 2004. – 188 с.
7. Гюббенет И.В. К проблеме понимания литературно-художественного текста (на английском материале). – М.: Изд-во МГУ, 1981. – 108 с.
8. Гюббенет И.В. Основы филологической интерпретации литературно-художественного текста. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – 205 с.
9. Дарбишева Х.А. Онтология экспрессивности в письмах-оферта: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2009. – 184 с.
10. Изотова А.А. Деформация английских фразеологических единиц в функциональном освещении: дис. ... канд. филол. наук. – М., 1992. – 124 с.
11. Катинене Н.Ф. Глобальный вертикальный контекст романов Т. Гарди: дис. ... канд. филол. наук. – М., 1983. – 204 с.
12. Клименова Ю.И. Онтология метафоры в англоязычном экономическом медиа-дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2010. – 238 с.
13. Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики / Пер. с франц. – М.: РОССПЭН, 2004. – 656 с.
14. Менджерицкая Е.О. Публицистика как тип дискурса // Язык, сознание, коммуникация. – № 7. – М., 1999. – С. 13–18.
15. Менджерицкая Е.О. Особенности национального публицистического дискурса // Язык, сознание, коммуникация. 1999. № 9. – С. 52–59.
16. Преснухина И.А. Деловое общение в свете диалогического варьирования современного английского языка: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2005. – 221 с.
17. Прохорова М.Ю. Филологический вертикальный контекст в прагмалингвистическом освещении: дис. ... канд. филол. наук. – М., 1989. – 182 с.
18. Толстова Т.В. Онтология основных грамматических противопоставлений в деловом общении на современном английском языке: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – 169 с.
19. Христенко И.С. Лингвостилистические особенности аллюзии как средства создания подтекста: дис. ... канд. филол. наук. – М., 1993. – 230 с.
20. Чиненова Л.А. Английская фразеология в языке и речи. – М.: Изд-во МГУ, 1986. – 101 с.
21. Bloom H. A Map of Misreading. – NY: Oxford University Press, 1975. – 206 p.
22. Nazarova T.B. Business English. An Introductory Course for Advanced Students. – First edition. – Moscow: Dialog-MSU, 1997. – 133 p.
23. Nazarova T.B. Business English. An Introductory Course for Advanced Students of Language and Literature/ T.B. Nazarova. – Second edition. – Moscow: Dialog-MSU, 2000. – 162 p.
24. Nazarova T.B. Business English. A Course of Lectures and Practical Assignments/ Nazarova T.B. – М.: AST/Astrel, 2004. – 272 p.
25. Nazarova T.B. The English of the Business Media// Nazarova T.B. Business English. A Course of Lectures with Exercises, Activities and Tasks. – Moscow: AST/Astrel, 2009. – P. 230–269.
26. Schaar, Claes. Linear sequence, spatial structure, complex sign and vertical context system// Poetics 7. North-Holland Publishing Company, 1978. – P. 377–389.
27. Vallins G.H. The Best English. – Andre Deutsch, 1960. – 192 p.