

Т. Ф. Фильчук

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина

Ассоциативная природа языковой аттракции (в свете идей А. А. Потебни)

Фильчук Т. Ф. Асоціативна природа мовної атракції (у світлі ідей О. О. Потебні). У статті розкривається лінгвістична природа атракції, яка полягає в асоціативних зв'язках, що виявляються на різних рівнях мовних відношень. Сама категорія є механізмом дії загального принципу зв'язності на різних рівнях мовної, текстової та культурно-ідеологічної структури. Мовна атракція є основним принципом сучасної мисленнєвої системи, що розглядає текст як самостійний, самодостатній, «відкритий» феномен, якому притаманна значеннєва й інтерпретаційна множинність. Специфіка аналізованої категорії розглядається в культурному й науковому філологічному контексті сучасної мисленнєвої системи, що зумовлено лінгвофілософською природою цього феномену.

Ключові слова: *мовна атракція, мовна універсалія, асоціативні зв'язки, асоціативний простір, асоціативна психологія.*

Фильчук Т. Ф. Ассоциативная природа языковой аттракции (в свете идей А. А. Потебни). В статье раскрывается лингвистическая природа аттракции, которая заключается в ассоциативных связях, проявляющихся на разных уровнях языковых отношений. Сама категория является механизмом действия общего принципа связности одного с другим на различных уровнях языковой, текстовой и культурно-идеологической структуры. Языковая аттракция является основополагающим принципом современной мыслительной системы, которая рассматривает текст как самостоятельный, самодостаточный, «открытый» феномен, которому свойственна смысловая и интерпретационная множественность. Специфика анализируемой категории рассматривается в культурном и научном филологическом контексте современной мыслительной системы, что обусловлено лингвофилософской природой данного феномена.

Ключевые слова: *языковая аттракция, языковая универсалия, ассоциативные связи, ассоциативное пространство, ассоциативная психология.*

Filchuk T. F. The associative nature language attraction (in the light of A. A. Potebni's ideas). In article the linguistic nature attraction which consists in the associative communications shown at different levels of language relations reveals. The category is the mechanism of the general principle action of one's connectivity with another at various levels of language, text and cultural-ideological structure. Language attraction is a basic principle of modern cogitative system which considers the text as independent, self-sufficient, the opened phenomenon to which it is peculiar semantic and interpreting (interpretative) plurality. Specificity of an analyzed category is considered in a cultural and scientific philological context of modern cogitative system that is caused by the linguistic-philosophical nature of the given phenomenon.

Keywords: *language attraction, language universal, associative communications, associative space, associative psychology.*

Проблема такого явления, как языковая аттракция, которая участвует в формировании различных видов текстов (художественных,

публицистических, научных, научно-публицистических), входит в область лингвистических (и шире – филологических) исследований. Цен-

ностная значимость феномена языковой аттракции особенно ярко выявляет себя в широком диалогическом культурном и научном контексте современной мыслительной системы, что обусловливается лингвофилософской природой и значимостью проблемы в ее онтологических и гносеологических аспектах. Лингвофилософский смысл языковой аттракции в ее словесных и текстовых проявлениях, определяющих планы текстообразования, восприятия и интерпретации, составляет одну из центральных проблем современной лингвистической науки.

В работах лингвистов, связанных с данной проблематикой, аттракция рассматривается как языковое явление, основанное на уровне сознательного или бессознательного использования тех или иных языковых приемов, которые способствуют созданию ассоциативного плана текста, его смыслообразованию и присутствуют в том или ином виде во всех текстах. В исследованиях М. М. Маковского, В. П. Григорьева, И. О. Северской и С. Ю. Преображенского, Л. П. Ткаченко, которые разработали концепцию аттракции, подчеркивается ассоциативная природа данного явления, выделяются и изучаются различные виды языковой аттракции.

Актуальность предлагаемой статьи заключается в ситуации изменения научных парадигм, обусловленных лингвофилософскими поисками в сфере текста и дискурса, потребностью в осмыслении глубинных принципов современной мыслительной системы. Это глобальное изменение предопределяет интерес к проблеме языковой аттракции, которая является основополагающим принципом современной мыслительной системы, для которой характерен взгляд на текст как саморазвивающийся феномен, в котором реализуется принципиальная множественность смыслов текста, «неточность» его содержания, обуславливающая возможность «приращения смысла» (А. А. Потебня).

Цель статьи состоит в том, чтобы представить языковую аттракцию в ее универсальной лингвофилософской природе и ее конституирующих свойствах, определяющих дискурсивную организацию современной гуманитарной парадигмы в ее публицистической разновидности.

Языковая аттракция является языковой универсалией, которая предопределяет языковые процессы не только на уровне слова, текста, но и на уровне оформления и существования форм общественного сознания, составляющих гуманитарное знание в его филологических научных рефлексиях, а также на уровне словесного творчества в собственном смысле.

Языковые универсалии рассматривались с разных точек зрения в разные периоды развития науки о языке. Новый этап в разработке и развитии теории языковых универсалий датируется 60–70-ми годами XX века и связан с именами Дж. Гринберга, Ч. Осгуда, Дж. Дженкинсона, Ч. Ф. Хоккетта, В. Н. Ярцевой, Б. А. Успенского, И. Ф. Вардуля, Г. П. Щедровицкого, М. М. Гухмана и мн. др. В работах этого периода, посвященных проблеме языковых универсалий, раскрывается сущность исследуемого термина, выделяются классификационные системы, строящиеся на разных основаниях, перечисляются языковые универсалии, отражаются и раскрываются их общие сущностные признаки, свойства, характеристики, а также их способы выявления и выделения. По мнению исследователей, языковыми универсалиями называются «свойства, присущие всем языкам или большинству из них» [6:535]. В теории языковых универсалий представлено два подхода к определению данной категории: лингвофилософский и структурно-грамматический. В аспекте первого подхода – лингвофилософского – принципиально важными являются постулаты о языковых универсалиях, выдвинутые Ч. Ф. Хоккеттом: 1. любое «человеческое общество имеет язык»; 2. ни один «(биологический) вид, за исключением человека, не имеет языка» [9:64]. Из данных тезисов следует, что теория языковых универсалий рассматривает и определяет не только общие свойства языковых структур, содержательных категорий, но она характеризует «общие онтологические категории, присущие всем или большинству языков» [4:34]. Языковые универсалии связаны с глобальными характеристиками, которые определяют содержание феномена антропоцентричности языка. Теория языковых универсалий рассматривает язык как сущностное проявление человека. В развитии этой мысли можно говорить об ассоциативной природе мышления и языка, которая является основой языковой аттракции. Благодаря своей ассоциативной сущности языковая аттракция является категорией, которая свойственна всем языкам, и, следовательно, правомерно ее отнести к языковым универсалиям.

Понятие «аттракция» известно давно и широко используется лингвистической наукой, при этом разные исследователи трактуют и употребляют его по-своему. Сам термин «аттракция» заимствован лингвистикой из физики, функционирует в психологии. Это одно из проявлений метафоричности, открытости области лингвистической терминологии.

Концепция языковой аттракции относится к числу тех лингвистических категорий, которые определяют многообразие связей слова и образа, составляющих извечную проблему филологической науки.

Аттракция как явление словесного творчества была объектом научных интересов многих исследователей. Так, еще Ф. де Соссюр, исследуя анаграммы в поэзии на древних индоевропейских языках, заметил особые типы анаграмматических построений и поставил вопрос о сознательности/бессознательности использования приема подбора слов текста в зависимости от звукового состава ключевого слова (цит. по [5:251–276]).

В языковой аттракции можно видеть различные планы: план функциональный, реализующийся в звуковых соответствиях на уровне «видимых» форм и смыслов (понимание аттракции О. С. Ахмановой), и план философский, определяющий ассоциативно-знаковую природу языка в его феноменологическом и функциональном существе и в плане его восприятия.

Языковая аттракция основана на ассоциативных связях индивида. Например, анализируя паронимическую аттракцию, В. П. Григорьев отмечает, что паронимы, «уже заранее объединенные в индивидуальном словаре поэта своей материальной близостью, провоцируют, подсказывают, в известной мере предопределяют направление развиваемых поэтом ассоциаций, хотя и не ограничивают его свободы» [2:278]. У каждого производителя текста существуют определенные «ассоциативные поля». В «ассоциативном поле» связаны друг с другом не только слова-экспресемы, но само «ассоциативное поле», по мнению В. П. Григорьева, «охватывает всевозможные лексико-грамматические варианты отдельных экспресем, живые деривационные отношения между экспресемами, а также известные обществу (и конкретному представителю – поэту, журналисту, оратору и т.д.) “внутренние формы этих экспресем”» [2:279]. Этот процесс в полной мере демонстрируют такие газетные заголовки: «Пантеон любезных девиц» (ЛГ № 8, 2010), «Они сражались за Родину», «Паспорта нету? Гони монету!», «И он там был...», «Вода караван точит», «Мертвые и живые» (ЛГ № 6–7, 2010), «Дон Кихот, плывущий краем моря» (ЛГ № 5, 2010), «Головокружение без успехов», «Искусство хождения по водам» (ЛГ № 4, 2010), «Постмодернисты, Сталин дал приказ», «У попа была собака...» (ЛГ № 1, 2010), «Если бабочки зажигают...», «Дело мастера боится» (КО № 51–52, 2010), «Скромное обаяние кошки», «Обыкновенное пушистое чудо», «Любить вампира по-русски» (КО № 48, 2010), «Остров соковищ» (КО № 47, 2010), «Юный, смеш-

ной, серьезный», «Усложнить нельзя упростить» (КО № 45–46, 2010), «А роза упала на лапу Азора» (КО № 41–42, 2010), «Четыре романа для Золушки (КО № 40, 2010), «Переход Суворова через...Кремль» (ЗН № 9, 2010), «Поле, полтавское поле» (ЗН № 8, 2010), «Три сапога – пара» (ЗН № 6–7, 2010). Эти заголовки существуют в архетипических срезях культуры (по аналогии с архетипами Юнга), являются той «духовной плазмой», которая формирует наше сознание, являются знаком памяти. При возникновении момента узнавания происходит передача «духовной плазмы» от производителя текста к потребителю. Такие заголовки (интертекстуальные по своей природе) представляют собой «путешествие» по культурному и жизненному опыту индивида, при котором активизируется ассоциативное пространство текста.

Изучая проблему языковой аттракции, мы заметили, что исследователи говорят об аттракции как об известном явлении, но не рассматривают лингвистических механизмов осуществления этого процесса. Может быть, это связано с лингвистической природой аттракции, которая выражается в ассоциативных связях, проявляющихся на разных уровнях языковых отношений, члены которых, поднимаясь на высокий уровень абстракции, образуют «ассоциативные парадигмы» (понимая языковую аттракцию таким образом, мы опираемся на исследования А. А. Потебни, М. М. Маковского, В. П. Григорьева, Б. М. Гаспарова). В широком смысле это связи на уровне образа, на уровне слова, которое окружено «ореолом воспоминаний» и переливается «бесконечными оттенками, приобретенными на протяжении веков» (А. Франс) (цит. по [2:105]), на уровне звука, на уровне значения. Сам термин «аттракция» является полутермином-полуобразом, представляет собой размытое понятие, дающее сетку намеков, которые охватывают его содержание.

Концепция языковой аттракции существует в контексте научных положений ассоциативной психологии, которую развили и обосновали И. Герbart, Г. Штейнталь, А. А. Потебня и в соответствии с которой образование представленный механически управляется психическими законами ассимиляции, апперцепции и ассоциации. Представление, по утверждению А. А. Потебни, – это признак, «по которому мы в слове обозначаем вновь познаваемое» [7:131]. Согласно психологической концепции языка при создании слова, в процессе речи и понимания, полученное впечатление подвергается изменениям, как бы вторично воспринимается. Такое вторичное восприятие называется апперцепцией. Ап-

перцепция, по мнению А. А. Потебни, наблюдается повсюду, где данное восприятие объясняется наличным запасом других восприятий, и соответственно «апперцепция есть участие сильнейших представлений в создании новых мыслей» [8:96]. Законы образования последовательностей представлений, рядов представлений – это есть ассоциация и слияние ассоциаций. Такие явления, как апперцепция, ассоциация, ассоциативные связи образуют ассоциативное пространство языковой аттракции.

Ассоциативное пространство связано с уровнем понимания/непонимания, представляющим собой сложный и творческий процесс, суть которого заключена в знаменитом тезисе В. фон Гумбольдта: всякое понимание есть непонимание, всякое разумение есть недоразумение [3]. «Непонимание» – это не отклонение от мысли, идущей от сообщающего, а «понимание по-своему», творческая работа воспринимающего, то новое, что, получая возбуждение от другого, приводя в действие ассоциативные механизмы и связи, с одной стороны, читающий творчески привносит от себя, а с другой стороны, что-то, может быть, не улавливает, поскольку его опыт, уровень знаний, осмыслений иной; для него возбуждение извне – повод для развертывания чего-то своего. По выражению А. А. Потебни, люди «понимают друг друга не таким образом, что действительно передают один другому знаки предметов <...>, и не тем, что взаимно заставляют себя производить одно и то же понятие, а тем, что затрагивают друг в друге то же звено цепи чувственных представлений и понятий, прикасаются к тому же клавишу своего духовного инструмента, вследствие чего в каждом восстают соответствующие, но не те же понятия» [7:110]. Полное, совершенное понимание невозможно, так как каждое понимание, как и словесное выражение, имеет принципиально субъективный характер, т.е. каждый «новый образ в каждой душе застает другое сочетание прежних восприятий, другие чувства, и в каждой образует другие комбинации» [7:110]. Об этом писали Ф. Шеллинг, В. фон Гумбольдт, А. Потебня и Р. Ингарден.

Понимание может быть, как нам кажется, «благодатным», продуцирующим смыслы, ассоциативные планы, новые тексты, и «упрощающим», вульгаризирующим ситуацию восприятия. Так, например, заголовки «Женихи-разбойники» (МК в Украине № 5, 27.01–2.02.2010), «Весна на Банковой улице» (МК в Украине № 10, 3–9 марта 2010), которые отсылают нас к фильмам Э. Рязанова «Старики-разбойники» и Ф. Миронера и М. Хуциева «Весна на Заречной улице», название статей «На визовом фронте ждем перемен» (МК в Украине № 9, 2010) и «Где враки зимуют» (МК в Украине № 11, 2010), которые ассоциируются с романом Э. М. Ремарк «На Западном фронте без перемен» и фразеологизмом «Показать, где раки зимуют». Смысл ассоциативного пространства языковой аттракции заключается в «мерцающей» номинации, т.е. в разных возможных и невозможных, понятных и непонятных названиях для субъекта творящего. Возникает конфликт между двумя эмоционально-психологическими типами восприятия. Например, в МК в Украине № 4 от 20 – 26 января 2010 года есть статья под заголовком «49 дней, которые потрясли мир». Для того чтобы понять этот заголовок, необходимо возникновение определенной ассоциации в сознании читателя. Очевидно, что декодирование текста, его интереснейшей требует высокого уровня образованности, широкого тезауруса личности.

Разрабатывая теорию языкового существования, Б. Гаспаров [1] приходит к выводу, что говорящий порождает высказывания, апеллируя к готовым, устоявшимся в его памяти речевым блокам, сочетаниям слов, целым предложениям, цитатам и ассоциациям, его речь зависит от характера его отношений с собеседником, от настроения, погоды и т.д.

Таким образом, воспринятый текст попадает в духовный мир читателя, где начинает жить своей собственной жизнью, по законам личного мира субъекта. При этом текст активизирует сознание личности, которое приводит в движение множество ассоциативных, а вместе с ними интеллектуальных и эмоциональных полей, которые и формируют языковую аттракцию, являются ее смысловым стержнем.

Список сокращений

ЗН – «Зеркало недели»
КО – «Книжное обозрение»

ЛГ – «Литературная газета»
МК в Украине – «Московский комсомолец в Украине»

Литература

1. Гаспаров Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования / Б. М. Гаспаров — М. : «Новое литературное обозрение», 1996. — 352 с.
2. Григорьев В. П. Поэтика слова. На материале русской советской поэзии / В. П. Григорьев. — М. : Наука, 1979. — 344 с.

3. Гумбольдт В. О различии организмов человеческого языка, о влиянии этого различия на умственное развитие человеческого рода. Введение во всеобщее языкознание / В. Гумбольдт; [пер. с нем.]. — СПб. : Тип. Акад. наук, 1859. — VI. — 366 с.

4. Гухман М. М. Лингвистические универсалии и типологические исследования / М. М. Гухман // Новое в зарубежной лингвистике. — М., 1970. — Вып. V. — С. 29—53.

5. Иванов В. В. Очерки по истории семиотики в СССР. / В. В. Иванов — М. : Наука, 1976. — 303 с.

6. Николаева Т. М. Универсалии языковые / Т. М. Николаева // Языкознание: Большой энциклопедический словарь. — М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. — С. 535—536.

7. Потебня А. А. Из лекций по теории словесности / А. А. Потебня. — Харьков : Тип. К. Счасни, 1894. — 162 с.

8. Потебня А. А. Мысль и язык / А. А. Потебня; [Изд. 3., доп. статьями «Язык и народность» и «О национализме»]. — Харьков : Тип. «Мирный труд», 1913. — С. 1—186.

9. Хоккетт Ч. Ф. Проблема языковых универсалий / Ч. Ф. Хоккет // Новое в зарубежной лингвистике. — М., 1970 — Вып. V. — С. 45—76.