

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УДК 81.42

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ПУТЕВОДИТЕЛЯ

Е.Б. Борисова

*Самарский государственный социально-педагогический университет,
Самара*

А.В. Блохина

*Самарский государственный технический университет,
Самара*

В статье рассматриваются интертекстуальные характеристики аутентичного англоязычного путеводителя. Авторы выделяют основные элементы интертекстуальности, к которым относятся: цитата, аллюзия, эпитет, и устанавливают их функциональную специфику в данном типе текста.

Ключевые слова: англоязычный путеводитель, тип текста, интертекстуальность, цитата, аллюзия, эпитет, функция.

Intertextual Characteristics of Authentic English Guide Books

Elena B. Borissova

Samara State University of Social Sciences and Humanities

Anna V. Blokhina

Samara State Technical University

The article is an attempt to analyze intertextual characteristics of authentic English guide books. The authors subject its main intertextual elements (quotation, allusion, epithet) to typological and functional stratification.

Key words: English guide book, text type, intertextual elements, quotation, allusion, epithet, function.

Предметом многочисленных дискуссий по сей день остается вопрос о типологизации текстов. Существуют разные подходы к этой проблеме, поскольку лингвисты выбирают различные критерии для своих классификаций. При рассмотрении некоторых типов семиотически осложненного текста современными лингвистами были введены такие понятия, как «креолизованный текст» [1. С. 15], «интертекст» [5], «гипертекст» [9. С. 62; 10]. Важным аспектом современной теории текста является выделение категории интертекстуальности, которая рассматривается как универсальная семиотическая категория, проявляющаяся в тексте любого типа и функционального стиля. При этом указанная категория и, следовательно, прецедентные элементы как средства ее реализации в тексте, рассматриваются с точки зрения существования и функционирования текста в семиотическом пространстве

культуры [2; 6; 3]. Данная проблема имеет непосредственное отношение к нашему исследованию англоязычного путеводителя как типа текста.

Путеводитель – важнейший элемент культуры любой страны, своеобразная визитная карточка народа, обеспечивающая связь между представителями разных стран в культурном пространстве. Изучение аутентичного путеводителя с позиций лингвистики позволяет сформировать представление о типологических параметрах, содержательном наполнении, лингвокультурных особенностях, языковых характеристиках и прагматическом потенциале путеводителя культуры [8. С. 3].

Под прецедентными элементами мы, вслед за Ю.Н. Карауловым, понимаем общую совокупность интертекстуальных средств, которые существуют в виде различных цитат, аллюзий, реминисценций, то есть в виде различных отсылок к ранее созданным текстам [4].

Как показало наше исследование, наиболее частотными прецедентными элементами в составе текста путеводителя являются: цитата (прямая и аллюзивная), аллюзия, в т. ч. аллюзивное имя собственное, и эпитафия.

Понятно, что введение «чужого» элемента в принимающий текст взрывает его линейность, а использование цитат, аллюзий и текстовых реминисценций – не только показатель включенности нового текста в культуру, но и свидетельство его «авторитетности» [7. С. 80].

Из выделенных выше прецедентных элементов, участвующих в реализации категории интертекстуальности в составе текста путеводителя, самым распространенным является прямая цитата.

Как правило, цитата встречается в тех частях путеводителя, которые содержат какую-либо историческую справку (например, факты об основании и основателях достопримечательности, информацию о важнейших вехах в истории того или иного культурно-исторического артефакта и т. д.), и более частотна в путеводителе, изданном в форме сувенирного альбома.

Что же касается графического оформления цитаты, то она всегда заключается в кавычки, при этом весь цитируемый фрагмент нередко выделяется курсивом. Так же как и в других случаях прямого цитирования, цитата сопровождается указанием цитируемого автора и / или источника; размер цитаты варьируется от предложения до текстового фрагмента, причем размер самой цитаты не зависит от типологической разновидности путеводителя:

... the Courtauld is one of London's magical places, as Picasso said, art really does "wash away from the soul the dust of everyday life." (The Courtauld Gallery Walks) – рекламно-справочный буклет.

The Prince had already had a charming dairy built at Fogmore and Queen Victoria was very fond of its rustic peace, which she wrote "... does my

poor, excited worried nerves good.” (*Windsor Castle. Fogmore House*) – путеводитель – сувенирный альбом.

His (Wordsworth’s) sister, Dorothy Wordsworth, says in her Journal: “We mounted the Dover Coach at Charing Cross. It was a beautiful morning. The City, St. Paul’s with the River and a multitude of little Boats, made a most beautiful sight as we crossed Westminster Bridge. The houses were not overhung by their cloud of smoke, and they were spread out endlessly, yet the sun shone so brightly, with such a pure light, that there was even something like the purity, of one of nature’s own grand spectacles.” (*Travelling in London*) – путеводитель – справочно-рекламная брошюра.

Как следует из примеров, присутствие «текста в тексте» придает вербальной части путеводителя бóльшую экспрессивность путем создания двуплановости восприятия: читатель с самого начала убеждается в том, что посещение того или иного места оставит след в его душе. Авторитетность цитируемых авторов, их включенность в общекультурный контекст не вызывает сомнения у читателя (Шекспир, Дороти Уордсворт – сестра известнейшего поэта, Королева Виктория).

Кроме того, из приведенных примеров видно, что цитата выполняет и орнаментальную функцию в тексте путеводителя любого типа.

Рассмотрим пример из авторского путеводителя – книги по резиденции Джорджа Вашингтона *Mount Vernon*, где цитата выполняет сразу две функции.

I have no objection to any sober or orderly person’s gratifying their curiosity in viewing the buildings, Gardens ... about Mount Vernon.

Gorge Washington to William Pearce, November 23, 1794.

Имя Джорджа Вашингтона, первого президента США, одного из самых цитируемых американцев, несомненно, привлекает читателя. Таким образом, цитата выполняет аттрактивную функцию. Кроме того, цитата здесь выполняет и информативную функцию, расширяя фоновые знания читателя-туриста: выдержка из письма Вашингтона позволяет узнать, когда и как он дал разрешение на публичное посещение своей резиденции.

Кроме орнаментальной, аттрактивной и информативной функции, цитата выполняет еще одну, не менее важную, интерактивную функцию. Автор путеводителя через автора цитаты призывает туриста в полной мере оценить и сберець историко-культурное наследие:

Примером тому является цитата из справочно-рекламной брошюры *The National Portrait Gallery*:

The Act of Congress creating the National Portrait Gallery in 1926 stated that it would function as “a free public museum for exhibition and study of portraiture and statuary depicting men and women who have made significant contributions to the history development, and culture of the United States, and the artists who created such portraiture and statuary”.

Как видно из примера, прямая цитата является выдержкой из государственного документа (Законодательного акта Конгресса США) о дате и цели создания Галереи, главным назначением которой является привлечение многочисленных посетителей, способных, с одной стороны, в полной мере проявить дань уважения к самым известным политикам и государственным деятелям США, а с другой стороны, оценить шедевры национального искусства.

В путеводителе – альбоме по Вашингтону наше внимание привлекает следующий фрагмент:

At that time, it was considered a diplomatic hardship post- an easy target for European wits like Dickens, who dubbed the capital “City of Magnificent Intentions”.

Исторические факты в этом примере подтверждаются словами известного писателя, который иронизировал по поводу постоянных политических конфликтов в столице. Размер цитаты, в отличие от предыдущих примеров, ограничен несколькими словами. Источник включен в повествование и отделен от цитаты другими словами, а сама цитата расширяет фоновые знания читателя и подкрепляет авторитетность путеводителя.

В нашем материале встречаются и неполные цитаты, то есть фрагменты высказываний известных людей, включенные в текст путеводителей-брошюр и проспектов, например, в путеводителе по Вашингтону:

To what he called this “noblest of Washington buildings” Walt Whitman came “to soothe and relieve” mounted troops.

В этом примере цитируются лишь отрывки фраз Уолта Уитмена, однако их грамотное использование в тексте путеводителя позволяет читателю узнать, какими зданиями столицы США восторгались люди, побывавшие в столице много лет назад. В данном случае большая по объему цитата привела бы к излишней громоздкости и вычурности текста.

Пример цитаты из путеводителя – сувенирного альбома *Rutland* представлен двумя частями – на латинском и английском языках и является единственным примером двуязычной цитаты в нашем материале. Эта цитата представляет собой девиз на фамильном гербе, который традиционно пишется по-латински, и его перевод на английский язык:

“Multum in Parvo” says the Latin motto of Rutland – “So much in so little”. This tiny county is packed with character and beauty, blending charming townscapes and simple country cottages for quintessentially English appeal.

Использование двуязычной цитаты в данном случае призвано показать древние исторические корни графства, а смысл, заложенный в ней, – красоту уникальных пейзажей, сосредоточенных на небольшой территории. Таким образом, привлекая читателя-туриста в графство,

путеводитель ненавязчиво снабжает его некоторыми историческим сведениями и одновременно эксплицирует смысл цитаты.

Двуязычная цитата является неким связующим звеном между прошлым и настоящим, она не только достоверно излагает исторические факты, но и наглядно демонстрируют живую связь поколений, а также расширяет фоновые знания читателя-туриста.

Таким образом, цитата в англоязычном путеводителе, независимо от его типа, варьируется от словосочетания до текстового фрагмента и выполняет орнаментальную, аттрактивную, информативную и интерактивную функции.

Вторым по частотности прецедентным явлением в тексте путеводителя является аллюзивная цитата, то есть использование выражения какого-либо конкретного источника без ссылки на него.

Аллюзивная цитата является неотъемлемой частью путеводителя – рекламного проспекта или брошюры и менее частотна в путеводителе-альбоме. При этом в путеводителе-книге, представляющем собой справочно-энциклопедическое издание, мы не нашли ни одного примера собственно аллюзии, что, на наш взгляд, обусловлено функциональной спецификой этой разновидности путеводителя – максимально эксплицировать имеющиеся культурные лакуны в тезаурус читателя-туриста, расширив его фоновые знания, в то время как аллюзия требует наличия определенных фоновых знаний. В большинстве случаев аллюзивная цитата представляет собой выдержки из других путеводителей, содержащие расхожие фразы с положительно окрашенной лексикой, подкрепляющие общеизвестное мнение о культурно-исторических ценностях того или иного объекта, при этом аллюзивная цитата не затрудняет понимание текста и не требует от читателя фоновых знаний:

Indeed, “how you see it (The British Museum) is almost as important as what you see”.

The best commentary on the revolution of Greek art and the quality of its achievement is... simply to come direct to the Elgin room from the Egyptian and Assyrian ones...

Неся фактуальную информацию, в принимающем тексте цитата, тем не менее, выполняет и функцию эмоционального воздействия.

Приведем еще один пример:

“Shakespeare and Garrick like twin stars shall shine”: David Garrick and the Shakespeare revival (The Dulwich Picture Gallery).

Использование аллюзивного имени собственного в данном примере выполняет аттрактивную функцию; даже не зная, что Дэвид Гэррик – это известный английский актер XVIII века, читатель придет к выводу, что соседство в одной строчке с Шекспиром придает Гэррику значимость, и задумается: а не посетить ли ему эту галерею? Здесь использование

аллюзивного имени собственного являет собой пример известного приема рекламы.

В следующем примере аллюзивная цитата выполняет, скорее, орнаментальную функцию, одной изысканной фразой подтверждая духовную ценность Вестминстерского Аббатства:

Westminster Abbey is a three-dimensional walk through the history of England. "In this great building a charge of emotion has been banked up for close on a thousand years..." A great religious centre, the place where kings and queens are crowned, and often buried... The Abbey is England in microcosm (Westminster Abbey).

Таким образом, и прямая, и аллюзивная цитаты и аллюзивные имена собственные в тексте путеводителя реализуют целый комплекс функций.

Во-первых, они являются иллюстрациями содержания других источников, в которых описывается данная достопримечательность и на которые ссылается данный путеводитель (письма, дневники, другие путеводители, высказывания известных людей). Во-вторых, цитаты, призванные в других типах текста продемонстрировать широту кругозора автора, в путеводителе выполняют несколько иную функцию: они помогают читателю-туристу расширить свой кругозор и восполнить недостающие знания. Во-вторых, включение как прямой, так и аллюзивной цитаты, а также аллюзивного имени собственного в текст путеводителя обогащает его, модифицируя содержание, повышая ценность самого текста путеводителя как элемента культуры. Эту функцию можно обозначить как орнаментальную. В-третьих, цитата выполняет функцию эмоционального воздействия, побуждая читателя восхититься неповторимостью достопримечательности, посетив данное место. И, наконец, наряду с аттрактивной, цитата иногда может выполнять и интерактивную функцию. Этот прием побуждает читателя сформировать свое мнение о том или ином месте, а значит, и посетить его и в полной мере оценить историко-культурное наследие.

Кроме цитат и аллюзий в тексте путеводителя – рекламной брошюры и сувенирного альбома встречается такое прецедентное явление, как эпиграф, который выполняет целый ряд функций. Прежде всего, он определяет стилистическую тональность текста. Кроме того, эпиграф дает общую информацию о тексте. Наконец, он оценивает информацию, содержащуюся в путеводителе, более объективно, так как вводит в него стороннюю точку зрения.

Приведем пример:

*"Once another language is mastered,
it is no longer foreign;
once another culture is understood,
it is no longer alien"*

President's Commission on Foreign Language and International Studies

Данный эпиграф взят из рекламного путеводителя-брошюры *The Resource Centre for Language and Culture at the University of Maryland Baltimore Country*, в котором он выполняет информативную функцию, то есть сообщает читателю, еще не имеющему достаточной информации о центре, что речь пойдет о языковых курсах и предоставлении образовательных услуг людям, изучающим иностранный язык.

Еще один пример из нашего материала:

*“Earth has not any thing to show more fair;
Dull would he be of soul who could pass by
A sight so touching in its majesty:
This city doth like a garment wear
The Beauty of the morning; silent, bare,
Ships, towers, domes, theatres and temples lie
Open unto the fields, and to the sky;
All bright and glittering in the smokeless air
Never did seen more beautifully steep
In his first splendour valley, rock, or hill;
Ne'er saw I, never felt, a calm so deep!
The river glideth at his own sweet will:
Dear God! The very houses seem asleep;
And all that mighty heart is lying still!”*

*William Wordsworth, Composed upon Westminster Bridge, September
1802*

Это стихотворение было взято в качестве эпиграфа к путеводителю – сувенирному альбому по Лондону. Здесь эпиграф, несомненно, выполняет, прежде всего, орнаментальную и аттрактивную функцию: он сразу привлекает внимание читателя своим графическим выделением (курсив), расположением на странице и самим содержанием; стиль изложения свидетельствует об огромном восхищении Лондоном, которое подкреплено мнением известного поэта – Уильяма Уордсворта. Помещенный на фоне красочных фотографий наиболее живописных мест Лондона, эпиграф усиливает воздействие иконического компонента данного креолизованного текста и задает общую эмоционально-возвышенную тональность всему путеводителю.

Следующий эпиграф из того же путеводителя начинает раздел *Sightseeing and Attractions*. Упоминание известной во всем мире церемонии смены караула у Букингемского дворца призвано активировать фоновые знания читателя с тем, чтобы ему было легче ориентироваться среди многообразия достопримечательностей Лондона:

*“They're changing guard
at Buckingham Palace –
Christopher Robin went
down with Alice...”*

A.A. Milne, *When we are very young* (1924)

Известные литературные персонажи, упомянутые в эпиграфе в виде аллюзивных имен собственных, вкуче с фразой о смене караула ненавязчиво напоминают образованному не-носителю языка, что есть на земле такая страна, Англия, с ее многовековыми традициями и известной с детства литературой.

Приведем еще один иллюстративный пример, в котором эпиграф является началом раздела *Museums, Galleries and Historic Houses*:

*“In London I never know what I’d be at,
Enraptured with this, and enchanted with that...
Captain Charles Morris (1745-1838)*

You will certainly be enraptured with London’s many museums, together they exhibit practically every conceivable collection – from fossils and prehistoric times to spoils of Empire – from mankind’s greatest inventions to local history”.

Содержащееся в эпиграфе слово *enraptured*, повторенное в тексте путеводителя, убеждает читателя-туриста в неоспоримой ценности и уникальности лондонских достопримечательностей.

Автор грамотно использует прямую цитату (которая в данном случае является эпиграфом), чтобы перейти к теме музеев. Здесь эпиграф функционирует как связующее средство между разделами путеводителя.

Дата, указанная в эпиграфе, лишний раз убеждает читателя в том, что и в прошлые века Лондон восхищал людей – в том числе и капитана Чарльза Морриса, который наверняка по долгу службы побывал во многих красивейших городах мира.

Таким образом, эпиграф, прежде всего, выполняет аттрактивную и орнаментальную функцию, украшая текст путеводителя вместе с иконическим компонентом, тем самым оказывая эмоционально-эстетическое воздействие на читателя, а также задает тон повествования, часто требуя достаточно вдумчивого чтения. Поэтому эпиграфы встречаются в основном в путеводителях-брошюрах и альбомах, а не в рекламных проспектах или справочно-энциклопедических изданиях.

Итак, мы подробно остановились на анализе следующих прецедентных единиц: цитат, аллюзий, эпиграфа. Были выявлены особенности их структуры, функционирования и семантики в тексте путеводителя.

Анализ материала позволяет сделать вывод, что интертекстуальные элементы в тексте путеводителя чаще всего выполняют орнаментальную либо аттрактивную функции наряду с информативной функцией, расширяя кругозор реципиента.

Прямая цитата чаще всего служит не источником фактуальной информации, а средством украшения текста путеводителя, при этом цитата

всегда заключена в кавычки, выделена курсивом, а также указан источник цитаты, следовательно, реципиенту не составляет труда понять и декодировать ее даже без специальных фоновых знаний. Аллюзивная цитата и эпитафия в тексте путеводителя также не представляют трудности для декодирования, так как являются мнениями известных людей о той или иной достопримечательности и не требуют от реципиента фоновых знаний, которые необходимы для понимания собственно аллюзий.

Авторы путеводителя сознательно помещают в текст наиболее простые для декодировки интертекстуальные вкрапления, активизирующие имеющийся у реципиента минимум фоновых знаний и тем самым стимулирующие его на дальнейшее чтение, которое не затрудняет восприятие. Интертекстуальность путеводителя призвана повысить значимость того или иного историко-культурного факта в глазах читателя-туриста и самого путеводителя как элемента культуры.

Перспективы дальнейшего исследования видятся в сопоставительном изучении интертекстуальных характеристик путеводителей на разных языках.

Библиографический список

1. *Анисимова Е.Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Издат. центр «Академия», 2003. 128 с.
2. *Борисова Е.Б., Кулинич М.А.* Интертекстуальность англоязычного поэтического заголовка и проблема перевода // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности: Сборник научных статей. Выпуск 6. Н. Новгород: Изд-во НГЛУ, 2011. С. 64-73.
3. *Валгина Н.С.* Теория текста. М.: Логос, 2004. 280 с.
4. *Караулов Ю.Н.* Текстовые преобразования в ассоциативных экспериментах // Язык: система и функционирование. М.: Наука, 1988. С. 108-120.
5. *Кузьмина Н.А.* Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка. М.: Едиториал УРСС, 2004. 272 с.
6. *Лотман Ю.М.* Семиосфера. СПб.: Искусство, 2000. 703 с.
7. *Проскурина А.А.* Прецедентные тексты в англоязычном юмористическом дискурсе: Дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2006. 203 с.
8. *Протченко А.В. (Блохина А.В.)* Типологические и функционально-стилистические характеристики англоязычного путеводителя: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2006. 19 с.
9. *Хартунг Ю., Брейдо Е.* Гипертекст как объект лингвистического анализа // Вестник Моск. ун-та. Серия 9. Филология. М.: МГУ, 1996. №3. С. 80-96.
10. *Шехтман Н. А.* От повествования к гипертексту и нарративу: Монография. Оренбург: Изд-во ОГПУ, 2014. 148 с.