

УДК 82.01

Д.С. Тыщук

Луганский государственный университет им. Тараса Шевченко

Луганская область, г. Ровеньки

redaction-el@mail.ru

АССОЦИОНИМ КАК СРЕДСТВО НАЗЫВАНИЯ ЛИТЕРАТУРНЫХ ЯВЛЕНИЙ

[*Tyschuk D.S. Associonim as a tool of naming literature phenomena*]

It is studied the features of associonim as a trope on the base of prose art by B. Akunin (novel «Pelagia and Red Rooster»), D. Harris (novel «Chocolate»), R. Dahl (narrative «Charlie and the Chocolate Factory»). The article interprets the ideas by academics about the role of a figurative meaning in the process of formation of a trope. Human intellect analysis as a field for realization of the trope's aesthetic role, and the ability to associative thinking is a guarantee of the reading insight of a trope. Associonim, represented as a common name in the role of the proper name, is a trope, which aesthetic function implements only in condition of active work of reader's consciousness. Appearing on a metaphorical basis, associonim provokes a reader for a deeper dive in the work, enriching its analysis with own life experience and knowledge.

Key words: associonim, figurative meaning, thinking.

Современная проза, как отечественная, так и зарубежная, богата новаторскими инструментами оформления художественной образности, читательская интерпретация которых является необходимым условием понимания сути того или иного произведения. Ассоционим, одно из таких средств, – не только не исключение, а самобытный и самоценный литературоведческий вариант (Лес, Река в первой части романа Б. Акунина «Пелагия и красный петух»; ШОКОЛАД в романе Д. Харрис «Шоколад»; «БЕСПЛАТНО!», «ЭТО ПЯТЫЙ ЗОЛОТОЙ БИЛЕТ, МАМА, И ЕГО НАШЕЛ Я!», ОН в повести Р. Даля «Чарли и шоколадная фабрика»). Ассоционим – троп метафорической природы, эстетическая функция которого базируется на способности человеческого сознания к ассоциативному мышлению. Ассоционим известен с античных времен, но его теоретико-литературное обоснование сегодня является перспективным полем для исследований.

А. Галич характеризует ассоционим как «осмысленно созданный автором путем перехода общего названия в собственное троп, ключевой особен-

ностью которого является ассоциативность, которая возбуждает сознание реципиента, вызывая в нем определенные образы, фантомы, упоминания, соединяющие переносное лексическое значение этого художественного средства с семантикой разных слов, которые обозначают предметы, явления или факты прошлого, настоящего и будущего, привлекая приобретенные реципиентом знания из истории, философии, искусства, религии, мифологии, эстетики» [3, с. 29-30].

С нашей точки зрения, ассоционим – это троп (слово, сочетание слов, предложение) синтетико-метафорической природы, который реализуется в текстах художественной литературы через переход общего названия в собственное (графически воспроизводится как написанное с заглавной буквы слово на обозначение имени нарицательного) и исполняет роль стимулятора осознания произведения читателем.

Ассоционим, бытуя в тексте произведения, возбуждает появление в сознании читателя определенной смысловой границы между полем приобретенных им ранее общих знаний и новой информацией, которую несет в себе и за собой ассоционим, способной активизировать мышление, к сопоставлению собственного мнения касательно затронутой тропом сентенции с авторской, а значит – стимулирует начало воображаемой семантической полемики, ведущей к пониманию идеи произведения и реализации его художественного влияния.

Закодированное в ассоциониме содержание есть «предмет, который представляет собой единение чувственных и расширенных мыслительных определений конкретных отношений и связей. Тем самым отождествление сознания с предметом уже не является только абстрактной тождественностью вероятности, но тождественностью определенной, – знанием» [5, с. 228]. Троп провоцирует порождение вторичного знания, появляющееся не как результат понимания уже готовой данности, а как экзистенциальное смысловое определение, осознанные пути к которому читатель должен искать через интерпретацию смысла тропа как составляющей смысла произведения в проекции на собственную платформу знаний и жизненного опыта. «Искусство создает новую форму как новое ценностное отношение к тому, что уже стало действительностью» [2, с. 30].

Роман Б. Акунина «Пелагия и красный петух» повествует об очередном криминально-захватывающем приключении эрудированной монахини Пелагии, в миру Полины Андреевны Лисицыной. Волей судьбы оказавшись на пароходе «Севрюга», она становится свидетельницей циничного убийства человека, позиционировавшего себя пророком еврейского народа. Дело усложнено тем, что злодеяние сопровождалось кражей внушительной денежной суммы. Расследование преступления ведет маститый чиновник, детектив по духу Сергей Сергеевич Долинин, радушно согласившийся на авантюру с участием в деле Пелагии. Поиски злоумышленников заставляют правдоискателей постоянно менять территориальные локусы – мероприятия на пароходе сменяются приключениями в лесу, читательский интерес к которым Б. Акунин умело подогревает ассоционимами.

Ассоционим Река (первично река – слово на обозначение общего понятия) функционирует в речи вора-карманника по прозвищу Колобок, который орудует на пароходе «Севрюга»:

«По Реке кататься воздушно, для здоровья польза. Это первое. Опять же людей видишь разных, иной раз такое занятное начнут рассказывать, что и про дело позабудешь. Это второе. А главное – ни тебе тюрьмы, ни каторги» [1, с. 8]. Одноименный ассоционим накладывает на общепонятное географическое название река оттенок авантюристичности, криминального везения, фатального максимализма. Ассоционим Река раскрывается в двух художественных моментах. Описывая реку как «союзницу» представителей криминального мира, автор тем самым дает основания читателю воспринимать ее как нечто подобное могущественной силе, живущей по собственным законам, и одновременно беспощадной к тем, кто не вписывается в ее правила:

«Колобок двадцать пять лет на Реке работал, а что за тюрьма такая и знать не знал, в глаза не видывал. Поди-ка, возьми его с поличным. Чуть что – раз, и концы в воду» [1, с. 8], потому что «запалился – кидай «концы» в воду, и нипочем не докажут, Река-матушка все спрячет» [1, с. 9]. Обогащение ассоционима Река приложением «матушка» – свидетельство существования негласной социальной касты (в контексте произведения – воровской), имеющей свои символы, талисманы, неписанные правила бытия.

Ассоционим Река в истории о Пелагии побуждает читателя к работе с несколькими коммуникативными фрагментами, одним из которых является

понимание реки как природной силы, обладающей невероятной мощностью течения, другой, возникший уже на основе темы повести, – интерпретация реки как условного места добывания средств определенной группой людей.

«Ассоциативные связи между различными коммуникативными фрагментами могут быть прямыми или опосредованными, двусторонними либо многосторонними и многонаправленными. Они могут иметь разную степень очевидности и интенсивности – от почти полного слияния, при котором два близкородственных, стационарных выражения мерцают в качестве модификации некоего совокупного образа до далеких, едва намеченных коммуникативных притяжений, становящихся заметными лишь при наличии определенных благоприятных условий» [4, с. 145].

Читатель может иметь свои ассоциации с понятием река. Речь идет об историях из собственной жизни, окружающих, даже об информации, полученной максимально опосредованно. К примеру, услышанная параллельно прочтению произведения информация о гибели или пропаже людей в воде, только усилит оформленный автором образ реки как художественной данности. Уже на подсознательном уровне, полученная информация из произведения будет вписываться в громадное поле другой, с этим произведением не связанной.

«Каждый раз, когда говорящий соприкасается с каким-либо коммуникативным фрагментом в своей языковой деятельности, это соприкосновение немедленно отзывается коммуникативным напоминанием о целом ряде других коммуникативных фрагментов, так или иначе сопряженных с ним в его языковой памяти. Эта ассоциативная среда, в окружении которой фрагмент выступает в данном акте языковой деятельности, определяет его собственную судьбу в этом акте (то есть какое он в нем займет место и каким при этом подвергнется модификациям, и те последствия, которое будет иметь употребление в масштабах коммуникативного целого» [4, с. 145]. Таким образом, собственное понимание ассоционима читателем – это результат совокупной работы мысли – как имплицитно, так и эксплицитно.

Интересный ассоционимный образец в романе Б. Акунина – троп Лес. Автор демонстрирует читателю троп нейтрально: «Сначала лиственный, потом смешанный, затем почти сплошь хвойный, Лес тянулся за сотню верст до Уральского Камня, переползал через горы и за ними, выйдя на простор, растекался на все невообразимо огромное пространство до самого Тихого океа-

на, простроченный швами темных, широких рек...» [1, с. 79]. Именно в лесу была совершена первая попытка покушения на Пелагию, поэтому женщина не случайно с каждым шагом в чаще чувствует необъяснимую тревогу и напряжение:

«Когда березы и осины сменились елями, стало еще бесприютней, еще темней. Пространство сомкнулось, свет померк, в воздухе появились новые запахи, от которых кожу покалывало мурашками. Пахло диким зверем – нешуточным, чащобным, а кроме того, какой-то неясной, сырой жутью. К ночи тревожный запах усиливался, так что лошади жались к костру, боязливо фыркали и прядали ушами» [1, с. 80].

Образ леса (как и образ реки) персонифицирован:

«И уж совсем никакого сомнения не могло быть в том, что Лес живой. Что он прислушивается к тебе, смотрит, и взор этот недобр, даже враждебен. Тяжелый взгляд Леса Пелагия чувствовала спиной, затылком, и подчас так остро, что оглядывалась назад и украдкой крестилась. То-то, поди, страх в чаще одной оказаться» [1, с. 81].

«Когда мы имеем дело с тропом, то мы должны различать в нем прямое значение слова (его обычное употребительное значение) и переносное, определяемое общим смыслом всего данного контекста. В тропах разрушается основное значение слова; обыкновенно за счет этого разрушения прямого значения в восприятие вступают его вторичные признаки. Так, называя глаза звездами, мы в слове «звезды» ощущаем признак блеска, яркости (признак, который может и не появиться при употреблении слова в прямом значении). Кроме того, возникает эмоциональная окраска слова; так как понятие звезды относится к кругу условно «высоких» понятий, то мы влагаем в название глаз звездами некоторую эмоцию восторга и любования. Тропы имеют свойство пробуждать эмоциональное отношение к теме, внушать те или иные чувства, имеют чувственно-оценочный смысл» [8, с. 33]. Аналогично и в ассоциониме Лес используется общепонятное значение слова, приобретшее в романе дополнительное значение таинственности, зловещей криминальной опасности.

Сюжет романа Д. Харрис «Шоколад» разворачивается вокруг событий, прямо или косвенно связанных с противостоянием между мадемуазель Роше и господином Рейно: если первая олицетворяет внутреннюю свободу, смелость жить по собственному желанию, счастливо, радостно, то второй –

воплощение фанатичного аскетизма, мертвого консерватизма, за которыми ловко спрятано невероятное по своей силе желание жить полной, гармоничной жизнью. Устоявшийся ритм пуританской жизни небольшого городка Ланскне-су-Танн нарушает прибытие загадочной и уверенной в себе Вианн Роше с дочерью Анук. Мадмуазель Роше ведет кочевую жизнь и, всякий город, посещаемый ею, оставляет след в памяти – Ланскне не исключение. Появление Роше переворачивает жизнь провинциалов с ног на голову. Вианн открывает шоколадное кафе «Небесный миндаль» во время поста, чем навлекает на себя гнев кюре Рейно...

Одна из очередных идей нарушительницы атмосферы мещанства Вианн Роше – в стремлении устроить вкусный и веселый Праздник Шоколада, что сразу же нашло отзыв в изобличительных листовках, изготовленных приспешниками жестокого кюре:

«НОВЫЕ ВОЗРОЖДЕНЦЫ:

ПОРУГАНИЕ НАД СВЯТЫМ ПРАЗДНИКОМ.

Всегда найдется *Кучка* людей, которые пытаются *Использовать Наши Священные Традиции в Собственных Интерессах*. Индустрия поздравительных открыток, сети супермаркетов. Но еще большее *Зло* представляют люди, стремящиеся *Возродить Древние Обычаи*, поощряя наших детей к участию в *Языческих Обрядах*, которые они называют *Развлекательными Мероприятиями*. Многие из нас, даже слишком многие, не видят в том никакого *Вреда* и относятся к подобным «развлечениям» с неоправданной *Терпимостью*. Иначе как объяснить, что наше общество согласилось на проведение так называемого *Праздника Шоколада* около нашей церкви в *Пасхальное Воскресенье*. Это издевательство над нашими священными устоями, символизирующими Пасху. Во имя ваших *Невинных Детей* мы настойчиво призываем всех *Бойкотировать* этот так называемый праздник и подобные ему торжества.

СИМВОЛ ПАСХИ – ЦЕРКОВЬ, А НЕ ШОКОЛАД!» [9, с. 108-109].

Выделенные курсивом художественные знаки (по Д. Харрис), ассоционы, маркируют страх жителей Ланскне перед переменами, ведь в устоявшейся жизни каждый из них крепко экспроприировал социальные ниши, пользуется авторитетом, а иллюзия внешней стабильности, удовлетворенности,

благополучия не могут быть разменяны на проведение собственными детьми свободного времени так, как им нравится. Рядом с чистотой святости, чтобы она была действенным средством для морального очищения, должно оставаться место для обычных человеческих занятий и радостей – с разумной долей абстрагирования от деспотичных предрассудков, свободой выбора.

Ассоционимами считаем все примеры, написанные заглавными буквами, но основное внимание привлекает к себе вариант ШОКОЛАД как символ жизнеутверждения, свободы от абсурдных стереотипов, творческого начала. Слово шоколад уже первично имеет исключительно позитивное значение – мало кто может устоять перед долькой вкусного и ароматного лакомства. Шоколад – символ удовольствия, притом у Д. Харрис идет речь об удовольствии в моральном, психологическом понимании.

«Как любой речевой акт и словесный продукт, роман не меньше, чем о самом себе, говорит о лежащем вне его: философии, политике, социальной проблематике, в общем, о жизни. В своем собственном слове роман не просто отражает другие слова, сказанные о мире, скорее, он их переобозначивает или перетасовывает, он задает им вопросы, оспаривает или заставляет работать на себя» [7]. В романе Д. Харрис «Шоколад» одноименный ассоционим выступает знаком привлечения внимания к вещам, кажущимися столь привычными на первый взгляд, но отсутствие или игнорирование которых может стать причиной душевных травм – мы говорим о равнодушии, непонимании между людьми, осознанном отчуждении себя от мира и людей.

Тема Р. Даля «Чарли и шоколадная фабрика» – путешествие сына бедного рабочего фабрики по производству зубной пасты Чарли Бакета на шоколадную фабрику неподражаемого Вилли Вонки. Чарли, находящийся в ужаснейшей бедности, живет со светом добра и любви в сердце. Последнее свойство в мальчика вселили родители, бабушки и дедушки, которые, испытывая страшный недостаток материальных благ, были по-настоящему моральными богачами. За свою недолгую жизнь самый маленький из Бакетов привык засыпать и просыпаться с чувством голода, но это не уменьшало неповторимого удовольствия от ощущения вкуса шоколада лишь раз в году – в собственный день рождения. Испытывая лишения, Чарли умеет ценить минуты сытой радости, наполняя свою душу светом. Хитрец Вонка, владелец шоколадной фабрики, неслучайно воплощает в жизнь затею с распространением билетов-

пропусков на фабрику – это наипрекраснейшая ловушка, уготовленная для Чарли Бакета.

Бакеты, ущемленные отсутствием денег, бесконечно рады новости – ведь это их единственный шанс порадовать горячо любимого внука. «И столько шоколада и конфет, что хватит на всю оставшуюся жизнь, – БЕСПЛАТНО! – добавил дедушка Джордж. – Только вообразите!» [6, с. 19]. Ассоционим БЕСПЛАТНО! – маркер идеи, что даже в мире главенства материальных ценностей всегда остается место для искреннего желания принести бескорыстную радость ближнему. Понимание подобных вещей очень актуально для современного подрастающего поколения.

Маленький Чарли, купивший на последние деньги любимое лакомство в надежде найти заветный билет, не может сдержать чувств: «Смотри, мама! Смотри! Последний золотой билет! Он мой! Я нашел на улице деньги и купил две шоколадки, и во второй оказался золотой билет! Вокруг меня собралась толпа, все хотели посмотреть! Меня выручил продавец! Я всю дорогу бежал! И вот я здесь! ЭТО ПЯТЫЙ ЗОЛОТОЙ БИЛЕТ, МАМА, И ЕГО НАШЕЛ Я!» [6, с. 40]. Исходя из темы произведения, ЗОЛОТОЙ БИЛЕТ – это пропуск в лучшие условия жизни, сказочные. Следует отметить, что автор нарочно испытывает обожаемого героя – Чарли находит последний билет совершенно случайно, но мальчик не только всем сердцем хотел обрести билет, он прикладывал к этому усилия. Да и мотивы его желания прекрасны: он хотел сладостей не только для себя, но и для членов своей семьи.

Названный троп – ассоционим, стимулирующий маленького читателя к дальнейшим личностным свершениям работе над собой ради мечты, достижение которой требует не только желания, но и старания, упорства, усердия. Чарли хотел попасть к Вилли Вонке, а юный читатель, сопереживая герою, вполне может «проигрывать» сценарий получения собственных билетов в мир спорта, искусства, отличных оценок, особенно если подобное долгое время не удавалось.

Образ владельца шоколадной фабрики Вилли Вонки многогранен. Общество восхищается им и несколько сторонится его. Всем известно, что он неординарная личность, но его внутренний мир – загадка. Для своих маленьких гостей, получивших уникальные билеты, он и наставник, и старший товарищ, и строгий регламентатор поведения. Суть вопроса в том, что преоблада-

ние позитивного или негативного со стороны Вонки к каждому из пяти детей определяется их поведением. Неоспоримо одно: мистер Вонка – человек-феерия, что подтверждается в том числе и через использование ассоционима:

«Да, это был ОН. Мистер Вилли Вонка стоял один одинешенек в воротах фабрики. И правда – необыкновенный человек! В черном цилиндре. В красивом фраке из темно-фиолетового бархата. В бутылочно-зеленых брюках. В жемчужно серых перчатках. А в руке он держал трость с золотым набалдашником. Подбородок украшала черная козлиная борода. А глаза... глаза были на удивление блестящие. Казалось, в них мерцают яркие искорки. Да и все лицо светилось радостью и весельем. Притом он выглядел очень умным! Ловким, быстрым, энергичным! Он поминутно вертел головой, все видя, все замечая своими блестящими глазами. Быстротой движений он напоминал белку – старую, умную, шустрю белку из городского парка» [6, с. 48].

Для ребенка-читателя ассоционим ОН акцентирует внимание на образе главного героя, иллюстрируя идею о том, что нужно не бояться быть не таким как все, а наоборот – верить в себя, в свои уникальные способности, которые имеет каждый. К тому же, троп предоставляет возможность добавить образу Вонки недостающие, с точки зрения читателя, качества. Ассоционим как средство называния литературных явлений – это новаторский прием связи между произведением и читателем, перспективная область для дальнейших теоретико-литературных разработок.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Акунин Б.* Пелагия и красный петух. Роман в 2 т. Т.1. / Б. Акунин. М. 2004.
2. *Бахтин М.М.* Проблема содержания, материала и формы в словесном художественном творчестве // Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. М., 1975.
3. *Галич А.* Естетичні пошуки в українській постмодерній літературі : асоціонімний вимір : монографія / А. Галич. Луганськ, 2011.
4. *Гаспаров Б.М.* Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М., 1996.

5. *Гегель Г.В.Ф.* Энциклопедия философских наук. Т.3. Философия духа / Г.В.Ф. Гегель. М., 1977.
6. *Дал Р.* Чарли и шоколадная фабрика: Сказочная повесть. М., 1991.
7. *Кольхауэр М.* Роман и идеология. Точки зрения // Новое литературное обозрение. 1996. № 14. Режим доступа magazines.russru
8. *Томашевский Б.В.* Теория литературы. Поэтика. М., 1999.
9. *Харрис Д.* Шоколад / Д. Харрис. М., 2003.

REFERENCES

1. *Akunin B.* Pelagia and the Red Rooster. Novel in 2 vol. Vol.1 / Boris Akunin. М. 2004.
2. *Bakhtin M.M.* The problem of content, material and shape in a verbal artistic creativity // Bakhtin M.M. Questions of literature and aesthetics. М., 1975.
3. *Галич А.* Естетичні пошуки в українській постмодерній літературі: асоціонічний вимір : монографія / А. Галич. Луганськ, 2011.
4. *Gasparov B.M.* Language, memory, image. Linguistics of language existence. М., 1996.
5. *Hegel G.von F.* Encyclopedia of Philosophy. V.3 philosophy of mind / Hegel. М. 1977.
6. *Dahl R.* Charlie and the Chocolate Factory: Fairy tale. Moscow, 1991.
7. *Kolhauer M.* Novel and ideology. Viewpoints // New Literary Review. 1996. No 14. magazines.russru Access
8. *Tomaszewski B.V.* Theory of Literature. Poetics. М., 1999.
9. *Harris D.* Chocolate / D. Harris. Moscow, 2003.

29 января 2016 г.
