

ОСОБЕННОСТИ СЕМИОТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ТРАНСМЕДИЙНЫХ ФРАНШИЗ

В.В. Фурс

Европейский Гуманитарный университет, Вильнюс, Литва
veronikafurs@ehu.lt

Аннотация

Статья посвящена прояснению специфики семиотического исследования медиафраншиз, являющихся результатом трансмедийного сторителлинга. Исследование трансмедийных франшиз требует ревизии некоторых семиотических понятий. В частности, в данной статье исследуется особенность функционирования иконического знака в медиафраншизах – продуктах трансмедийного сторителлинга. Классическое пирсовское определение иконического знака, проявляющего некоторое сходство со своим объектом, приходит в противоречие с женеттовской характеристикой фикционального произведения как «денотации без денотата», в том смысле, что составляющие такое произведение знаки не имеют референта в реальном мире. В работе сделана попытка разрешения данной коллизии через привлечение трактовки иконического знака, предложенной У. Эко, а также через использование «принципа минимального отклонения», сформулированного М.-Л. Райан. В статье делается вывод о том, что изображения деталей и персонажей вымышленного мира фикционального произведения чаще всего являются результатом комбинирования изображений объектов реального мира (или их частей), благодаря чему возникает иллюзия реалистичности персонажей и локаций вымышленного мира и сохраняется доверие к нему членов аудитории. В статье также выявлена специфика понятия «семиозис» применительно к исследованию трансмедийных франшиз. В случае вымышленного мира, постоянно расширяющегося и детализирующегося благодаря трансмедийному сторителлингу, мы имеем дело со специфическим, трансмедийным семиозисом, в котором каждое новое произведение франшизы является своего рода интерпретацией для других входящих в ее состав текстов.

Ключевые слова: трансмедийная франшиза, трансмедийный сторителлинг, иконический знак, трансмедийный семиозис, межсемиотический перевод.

ТРАНСМЕДИАЛЫҚ ФРАНШИЗАЛАРДЫҢ СЕМИОТИКАЛЫҚ ЗЕРТТЕЛУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

В.В. Фурс

Европалық Гуманитарлық университет, Вильнюс, Литва
veronikafurs@ehu.lt

Аңдатпа. Мақала трансмедиялық сторителлингтің нәтижесі болып табылатын медиа франшизалардың семиотикалық зерттелу ерекшеліктерін нақтылауға арналған. Трансмедиялық франшиза зерттелуі біршама семиотикалық ұғымдарды қайта қарауды талап етеді. Атап айтқанда, бұл мақалада медиа медиафраншизалардағы иконалық белгі ерекшелігі – трансмедия сторителлинг өнімдері зерттеледі. Өз объектісімен біршама ұқсастық тудыратын иконикалық белгінің классикалық пирстік анықтамасы «денотсыз денот» сияқты қарама-қайшылыққа түседі, оның ішінде мұндай шығарманы құрайтын белгілердің шынайы өмірде референті болмайтынын анықтайды. Жұмыста У. Эко ұсынған иконалық белгі трактовкасын тарту, сондай-ақ М.-Л. Райан тұжырымдаған «минималды ауытқу принципін» қолдану арқылы осы қақтығысты шешуге тырысқан. Мақалада ойдан құрастырылған фикциональды шығармалардың кейіпкерлер мен детальдар бейнелері шынайы өмір объектілерінің (не бір бөліктерінің) жинақталған бейнелері болып табылады, осының нәтижесінде ойдан құрастырылған әлемнің локациялары мен персонаждары иллюзиясы туындайды және аудитория мүшелерінің сенімі сақталады деген қорытынды жасалады. Мақалада, сонымен қатар, трансмедиялық франшиза

зерттеуінде «семиозис» жайындағы ұғым ерекшелігі анықталады. Ойдан құрастырылған әлем жағдайында, үнемі кеңейтілген және түбегейлі трансмедиялық сторителлинг арқасында франшизаның әрбір жаңа жұмысы оған енгізілген басқа мәтіндер үшін өзіндік интерпретатор болып табылатын нақты трансмедия семиозымен айналысамын.

Түйін сөздер: трансмедиялық франшиза, трансмедиялық сторителлинг, иконикалық белгі, трансмедиялық семиозис, семиотикааралық аударма

PARTICULAR FEATURES OF A SEMIOTIC APPROACH IN TRANSMEDIA FRANCHISES STUDY

Veronika V. Furs

European Humanities University, Lithuania, Vilnius

veronika.furs@ehu.lt

Abstract. The article is devoted to the revealing of semiotic approach specificity in the study of media franchises as the results of transmedia storytelling. The transmedia franchises' research needs a certain revision of some semiotic notions. In particular, the present article deals with the study of iconic signs' functioning in the media franchises. The classic definition of iconic sign proposed by Ch. S. Peirce and based on some similarity of icon and its object, seems to contradict to the fictional text characteristics as "denotation without denotate" made by G. Genette, which means that signs of a fiction work don't have referents in the extratextual reality. In the article the attempt was made to eliminate this collision, using the understanding of the iconic sign by Umberto Eco, on the one hand, and the principle of "minimal departure" by M.-L. Ryan, on the other. The article concludes that the products of fiction are often nothing more than a result of combination of existing objects or of their parts that creates the illusion of a realism of the fictional world' characters and locations and retains the credibility of the audience members. The article also deals with the specificity of the notion "semiosis" in the transmedia franchises study. In the case of a fictional world that is constantly expanding and detailing thanks to transmedia storytelling, we are dealing with a specific, transmedia semiosis, in which each new work of the franchise is a kind of interpretant for the other texts included in it.

Keywords: transmedia franchise, transmedia storytelling, iconic sign, transmedia semiosis, intersemiotic translation.

Введение

В последние годы трансмедийный сторителлинг как практика рассказывания историй через различные медиаплатформы весьма прочно утвердился как среди журналистов и маркетологов, так и среди исследователей медиакультуры. В западной традиции начало изучению данного феномена было положено в 90-е годы 20 века и связано с именами американского киноведа и теоретика медиакультуры Марши Киндер и американского культуролога Генри Дженкинса. Именно Дженкинсу принадлежит подробное и наиболее часто цитируемое исследование трансмедийного сторителлинга, представленное им в книге «Convergence Culture: Where Old and New Media Collide»¹. Дженкинс определяет трансмедийный сторителлинг как «процесс, при котором связанные между собой элементы вымысла систематически распространяются по разным медиаканалам с целью создания единого и программируемого переживания истории. В идеале каждое средство массовой коммуникации вносит собственный уникальный вклад в развитие истории» [1].

Важным результатом трансмедийного сторителлинга в области художественного вымысла в рамках массовой культуры является возникновение трансмедийных франшиз с множественными точками входа, что позволяет начинать знакомство с вымышленным миром повествуемой истории с любого произведения данной франшизы.

В исследованиях, посвященных феномену трансмедийности, можно обнаружить самые различные подходы, в силу междисциплинарного характера самого предмета. Особое место в

перечне используемых методологий занимает структурно-семиотический подход.

Цель данной статьи - выявить специфику семиотического исследования трансмедийных франшиз.

Для достижения поставленной цели представляется необходимым:

- определить особенности франшиз, являющихся продуктом трансмедийного сторителлинга;
- провести разграничение между адаптацией (экранизацией) и трансмедийным сторителлингом, основываясь на понятии межсемиотического перевода;
- прояснить особенности функционирования иконических знаков в фикциональных произведениях в целом и в популярных трансмедийных франшизах в частности;
- обозначить специфику трансмедийного семиозиса.

Материалы и методы

Понятие трансмедийной франшизы: различие между адаптацией и трансмедийным сторителлингом

В эпоху конвергентной культуры, детально описанной в упомянутой выше работе американского культуролога Генри Дженкинса², едва ли не каждое произведение популярной (массовой) культуры потенциально может стать или уже является частью более обширной совокупности текстов (визуальных, вербальных, аудиовизуальных), известной как трансмедийная медиафраншиза.

В отличие от медиафраншизы³, чаще всего включающей в себя оригинальный текст и его адаптации в других медиа (комикс либо литературное произведение и их экранизация в виде фильма или же сериала), трансмедийная франшиза предполагает расширение и развитие нарратива, изначально представленного в виде книги/фильма/комикса, через другие медиа, то есть трансмедийный сторителлинг.

Возможность перехода от адаптации к трансмедийному сторителлингу, как представляется, не в последнюю очередь связан с изменениями в системе лицензирования в США. Лицензирование предполагало передачу интеллектуальной собственности издательства или же студии другой компании, однако при этом запрещалось вносить какие-либо изменения в повествуемую историю, что, фактически, приводило к дублированию содержания, которое адаптировалось с учетом специфики того или иного средства массовой коммуникации.

В статье «Серийность, последовательность и меняющаяся экономика лицензирования франшизы» Уильям Проктор, делая краткий экскурс в историю взаимоотношений комиксов и кино/теле индустрий, отмечает непродуктивность прежней системы лицензирования в США. Эта система позволяла лишь строго ограниченное рамками соглашения воспроизводство контента, предлагаемого комиксами, в других медиа. Не допускалось никаких отступлений от истории-канона, что в результате приводило к тиражированию сюжетов и дублированию вымышленного мира истории.

У. Проктор приводит в качестве примера франшизу «Звездные войны», в которой первичным, каноническим текстом являлась серия фильмов Лукаса. В 1977 году лицензию на создание 107 выпусков комиксов-адаптаций на основе фильмов получил Марвел, причем первый же выпуск тиражом более миллиона разошелся очень быстро, что воодушевило издательство на создание новых комиксов с включением новых сюжетов, персонажей и мифологий. Это сразу же вызвало протест со стороны Лукаса, настаивавшего на строгом соблюдении кино-канона: комиксы могли быть не более чем адаптацией фильмов. После Марвел право на выпуск комиксов франшизы Звездные войны выкупило издательство Dark Horse Comics. Между 1991 и 2014 издательство выпустило огромное количество комиксов, многие из которых были уже не

адаптациями, а трансмедийными расширениями, однако именно из-за отступления от канона не могли считаться легитимными. Любопытно, что в результате конфликта между студией, комикс-издательствами, а также телепродукцией (анимационный сериал «Война клонов») Лукасфильм принял решение создать иерархию канонов: G-канон для фильмов, T-канон для анимации и S-канон для комиксов⁴.

Но вот в 2014 владельцем бренда «Звездные войны» становится компания Дисней, которая, как пишет Проктор, «совершила гипердигетический геноцид, объявив, что старая система лицензирования мертва и похоронена, так что отныне все трансмедийные элементы Звездных войн, включая комиксы и романы, будут считаться каноническими, официальными компонентами обширной непрерывной трансмедийной системы» [4; 110].

Проктор называет это фундаментальным сдвигом в трансмедийной экономике «Звездных войн»: «отныне понятие серийности, наиболее часто используемое для характеристики расширяемости воображаемых миров, независимо от того, составляют ли такие элементы связную непрерывную систему, уступает место «последовательности»: то есть, трансмедийной экономике, развиваемой на основе принципа континуальности между медиа и сквозь них» [Proctor 2019, 110].

Конвергентная культура, описанная Дженкинсом, в качестве одного из условий своего существования предполагает наличие крупных медиаконцернов, собственностью которых становятся различные медиа. В результате отпадает необходимость в лицензировании, и входящие в состав концерна медиа получают возможность не дублировать нарратив, а расширять его, а заодно и тот вымышленный мир, в котором разворачиваются повествуемые события. Трансмедийный сторителлинг, фактически, знаменует собой новый этап культурной индустрии: теперь спрос на популярную историю удовлетворяется не через тиражирование одной и той же популярной истории, а через производство текстов, являющихся ее продолжениями и расширениями, имеющих различную семиотическую природу и, соответственно, распространяемых через различные медиа, чтобы охватить как можно большую аудиторию. Подчеркивая коммерческий характер трансмедийного сторителлинга, К.А. Сколари указывает на то, что «мутация в вымышленной истории о бренде – от продукта, помещенного внутрь вымысла в вымышленном мире, к вымышленному миру, становящемуся продуктом – завершает аналитический путь, провозглашенный семиотиками два десятилетия назад: от «брендов как нарративных миров» к «нарративным мирам как брендам» [5; 599].

Нельзя не согласиться с замечанием М. Фримана и Р. Рампаццо Гамбарато – авторов вступительной статьи к коллективной монографии по трансмедийности, которые указывают, что «трансмедийность <...> понимается как коммерческая практика, обеспечивающая потоки доходов и многочисленные развлечения» [6; 37-38]. А М.-Л. Райан прямо называет трансмедийный сторителлинг способом «заставить нас потреблять как можно больше продуктов» [6; 38].

Трансмедийная франшиза и понятие межсемиотического перевода

Когда речь идет о семиотике трансмедийных франшиз, следует учитывать, что в данном случае повествование, а вместе с ним и вымышленный мир, расширяется через различные медиаплатформы, задействующие различные семиотические языки.

Для прояснения взаимоотношений между различными произведениями одной трансмедийной франшизы представляется уместным использование введенного Р. Якобсоном понятия межсемиотического перевода, который он определял как «интерпретацию вербальных знаков посредством невербальных знаковых систем» [7].

В статье «Комикс в движении: межсемиотический перевод комикса в фильм» Ф. Дзекка [8] для демонстрации различий между комиксом и созданным на его основе фильмом (экранизацией) берет за основу глоссематику Л. Ельмслева, а именно, его понятия плана

содержания, плана выражения, формы и субстанции.

Согласно Ф. Дзекке, при трансмутации (т.е. межсемиотическом переводе) мы сталкиваемся с тремя различными процессами, а именно, удвоением (duplication), адаптацией (conformation) и стиранием (obliteration) [8].

При переводе из комикса в фильмическую форму происходит удвоение плана содержания и адаптация субстанции и формы плана выражения. Адаптация (конформация), в свою очередь, включает в себя два процесса: трансмутацию формы и субстанции плана выражения и сдвиг части формы плана выражения. Кроме того, есть элементы текста-источника, не поддающиеся межсемиотическому переводу и потому подвергающиеся уничтожению (obliteration) [8].

Ф. Дзекка предлагает таксономию межсемиотических отношений в зависимости от широты и глубины трансфера фигур:

1. отношения между планами выражения (перенос элементов плана выражения из текста-основы в текст-адаптацию)
2. интердискурсивные отношения (перенос речевых фигур из текста-основы в текст-адаптацию)
3. интертекстуальные отношения (перенос «реальных» текстуальных единиц из текста-основы в текст-адаптацию)
4. межсистемные отношения (перенос фигур плана выражения или содержания из текста-основы в текст-адаптацию) [8].

Понятие межсемиотического перевода успешно работает в том случае, когда мы имеем дело с адаптацией. Попробуем разобраться, как данное понятие функционирует в отношении трансмедийного сторителлинга. Первое, что отличает произведение, являющееся продуктом трансмедийного сторителлинга, от произведения-адаптации – это то, что в данном случае не происходит полного дублирования плана содержания. Напротив, планы выражения в различных визуальных текстах одной франшизы, даже при том, что эти тексты транслируются через различные медиаплатформы, могут (хотя бы частично):

- дублироваться (если сравнивать между собой два и более (аудио)визуальных текста;
- трансмутировать (при переводе из комикса с его статичными изображениями в движущиеся изображения фильма/сериала);
- быть связанными друг с другом интертекстуальными отношениями.

Как представляется, именно определенная консервативность плана выражения обеспечивает связность, континуальность трансмедийной франшизы и узнаваемость ее отдельных произведений членами аудитории. Иными словами, трансмедийная франшиза характеризуется разнообразием содержания и стабильностью эстетической формы.

Возвращаясь к идее вымышленного мира как бренда, следует согласиться с К.А. Сколари, отмечавшим следующее: «В трансмедийном сторителлинге, таким образом, бренд выражается через персонажей, темы и эстетический стиль вымышленного мира. Этот набор отличительных признаков может быть транслирован на различные языки и медиа: это «подвижный» набор признаков, который может быть применен к различным формам выражения» [5; 600].

Результаты и их обсуждение

Семиотика вымышленных миров трансмедийных франшиз: «денотация без денотата»?

Как следует из определения, предложенного К.А. Сколари, трансмедийный сторителлинг представляет собой «особую нарративную структуру, которая расширяется через различные языки (вербальный, иконический и пр.) и медиа (кино, комиксы, телевидение, видеоигры, пр.)» [5; 587]. Данное определение сразу помещает трансмедийный сторителлинг в семиотическую оптику: семиотика как раз и имеет дело с различными языками/кодами.

Однако сразу возникает вопрос, какие именно семиотические концепции и понятия могут оказаться наиболее функциональными для анализа нарративов, в своей совокупности образующих трансмедийную франшизу.

Выделение семиотики отдельным пунктом в перечне методологий исследования трансмедийных продуктов предполагает, в данном случае, смещение акцента с вербального текста на визуальный. И здесь актуальным будет вопрос не столько о легитимности данного подхода, сколько о специфике семиотики применительно к визуальным текстам, входящим в трансмедийную франшизу. Итак, рассмотрим некоторые семиотические концепции и попытаемся определить их потенциал для исследования такого рода текстов.

В знаменитой классификации Ч.С. Пирса вторая трихотомия знаков (иконы, индексы, символы) основывается на связи между знаком и его объектом.

Согласно Пирсу, «икона есть знак, отсылающий к объекту, который он обозначает, просто в силу своих свойств, которыми обладает независимо от того, существует ли вообще какой-нибудь Объект или нет. Верно, что пока в действительности нет такого Объекта, Икона не действует как Знак, но это не имеет ничего общего с ее характером знака. Все что угодно, будь то качество, существующий индивид или закон, есть Икона чего угодно, если она похожа на обозначенную вещь и употребляется как ее знак» [9; 185 – 186].

Итак, для Пирса иконический знак должен иметь сходство с обозначаемой им вещью.

Но как быть в том случае, когда обозначаемый объект не существует? Говоря о вымышленных мирах литературных произведений, французский теоретик литературы Жерар Женетт в работе «Вымысел и слог» указывал на фикциональный характер предмета художественного текста, «благодаря которому возникает парадоксальная псевдореферентная функция, или денотация без денотата» [10; 484]. Женетт характеризовал вымышленные тексты как нетранзитивные, имея в виду их непереводаемость (как в случае с поэтическим дискурсом) или же фикциональность их предмета.

Любое литературное или кинематографическое произведение погружает нас в вымышленный мир, который может быть похож на реальный, заимствуя из него огромное количество деталей, вплоть до целых городов или даже стран. Или же, напротив, нам предлагают исследовать такой мир, который, на первый взгляд, не имеет ничего общего с реальным, как в случае с мирами фэнтези или научной фантастики. Но и в том, и в другом случае, взятый в своей целостности, вымышленный мир, описываемый в произведении, не имеет референта: «Вымышленный текст не выводит к какой бы то ни было внетекстуальной реальности, и все, что он из реальности заимствует (а делает он это постоянно: «Шерлок Холмс жил в доме 221 Б по Бейкер-стрит»; «У Жильберты Сван были черные глаза», и т. п.), превращается в элемент вымысла — как Наполеон в «Войне и мире» или Руан в «Госпоже Бовари» [10; 484].

Так или иначе, даже если речь идет о вымысле, романы, комиксы, фильмы, являются текстами, то есть высказываниями, для создания которых использована одна или более знаковых систем (языков). Если следовать трактовке понятия «текст», предложенной Ю. М. Лотманом, то необходимо принимать во внимание, что мы имеем дело с двойным кодированием: «для того, чтобы данное сообщение могло быть определено как "текст", оно должно быть как минимум дважды закодировано. Так, например, сообщение, определяемое как "закон", отличается от описания некоего криминального случая тем, что одновременно принадлежит и естественному, и юридическому языку, составляя в первом случае цепочку знаков с разными значениями, а во втором - некоторый сложный знак с единым значением» [11].

Таким образом, представляется важным разграничивать два момента. Во-первых, если, в соответствии с данным определением, мы относим некоторый текст к категории вымышленных, то, действительно, он является нетранзитивным, как это понимал Женетт (то есть автореферентальным, замкнутым на себе самом). Однако отнесение некоторого текста к вымыслу представляет собой второй уровень кодирования. Что же касается первого уровня, то как

раз здесь мы имеем дело с различными языками и кодами (вербальными и/или визуальными), в которых лишь некоторые элементы (знаки) могут не иметь референтов во внетекстуальной реальности.

Для того, чтобы понять, каким образом в текстах, относящихся к художественному вымыслу, функционируют знаки, не имеющие денотата, следует учитывать то различие, которое Ч.М. Моррис проводил между денотатом и десигнатом, а также трактовку иконического знака, предложенную У. Эко, и принцип «минимального отклонения» М.-Л. Райан.

Ч. Моррис разграничивал два понятия – денотат и десигнат: «Знак должен иметь десигнат; тем не менее очевидно, что не каждый знак действительно указывает на *какой-либо* реально существующий объект. <...> Никакого противоречия не возникает, когда говорят, что у каждого знака есть десигнат, но не каждый знак соотносится с чем-либо реально существующим. В тех случаях, когда объект референции реально существует, этот объект является *денотатом*. Таким образом, становится ясно, что если десигнат есть у каждого знака, то не у каждого знака есть денотат. Десигнат — это не вещь, но род объекта или класс объектов, а класс может включать в себя или много членов, или только один член, или вообще не иметь членов. Денотаты же являются членами класса» [12; 49].

Тем самым, некоторые детали вымышленных миров трансмедийных франшиз и их персонажи могут рассматриваться в качестве знаков-икон, у которых нет денотата, но есть десигнат. Такое объяснение могло бы считаться вполне исчерпывающим, если бы речь шла об отдельно взятом тексте-вымысле. Однако в данном случае нас интересует целая совокупность текстов, объединенных одним вымышленным миром и набором вымышленных действующих персонажей, но использующих различные семиотические языки. И то, что в тексте-каноне, положившем начало франшизы, может рассматриваться в качестве иконического знака без денотата, в других, более поздних текстах, вряд ли может трактоваться схожим образом.

Прежде чем перейти к концепции иконического знака У. Эко и «принципу минимального отклонения» М.-Л. Райан, не будет лишним напомнить, каким образом Дж. Локк трактовал идею субстанции: «наши определенные идеи субстанций есть не что иное, как совокупность известного числа простых идей, считающихся соединенными в одной вещи. Эти идеи субстанций в действительности есть идеи сложные и составные, хотя их обыкновенно называют простыми понятиями, а названия их — простыми словами» [13; 355].

Как представляется, понятие иконической семы (Л. Прието, У. Эко) и принцип минимального отклонения (М.-Л. Райан) во многом восходят к концепции Локка, и, в частности, к его идее субстанции.

В трактовке У. Эко иконические знаки «не обладают свойствами объекта, который они представляют, но скорее воспроизводят некоторые общие условия восприятия на базе обычных кодов восприятия, отвергая одни стимулы и выбирая другие, те, что способны сформировать некоторую структуру восприятия, которая обладала бы – благодаря сложившемуся коду – тем же «значением», что и объект иконического изображения» [14; 126]. В отличие от Ч.С. Пирса, У. Эко настаивает на конвенциональном характере иконического знака: «В основе любого изобразительного действия, любого изображения лежит конвенция» [14; 131]. И уточняет: «иконические знаки воспроизводят некоторые условия восприятия объекта, но после отбора, осуществленного на основе кода узнавания, и согласования их с имеющимся репертуаром графических конвенций» [14; 128]. Это верно, прежде всего, в отношении реально существующих объектов, но оставляет открытым вопрос об объектах вымышленных, не имеющих референта.

Здесь необходимо учитывать два момента.

Во-первых, согласно У. Эко, «в основе всякого коммуникативного акта лежит код» [14; 149].

Во-вторых, для визуальных кодов верно то, что при их членении необходимо различать, как это делает, вслед за Л. Прието, У. Эко, фигуры, знаки и семы. Визуальные знаки, согласно У. Эко, это семы, которым в естественном языке соответствует не слово, а высказывание: «Иконические

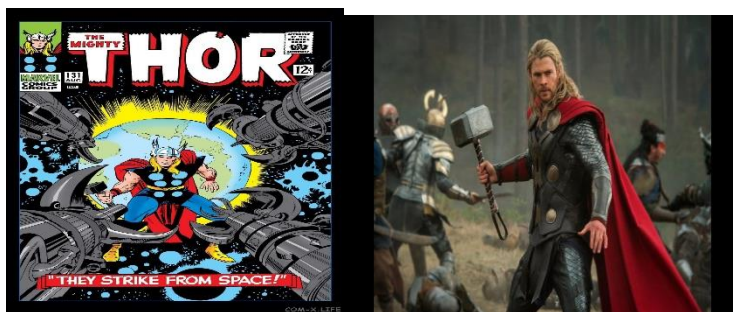
знаки – это семы, сложные единицы значения, часто впоследствии раскладывающиеся на вполне определенные знаки, но с большим трудом на фигуры» [14; 156].

В этой оптике уместно проводить различие между встречающимися в тексте-каноне некоторой трансмедийной франшизы иконическими **семами**, которые могут не иметь денотата (изображения вымышленных существ), и **знаками** как результатом членения сем (то есть единицами, составляющими ту или иную сему): если сема может не иметь референта в реальности, то составляющие ее знаки вполне способны соотноситься с каким-либо реально существующим объектом.

Теперь попробуем разобраться, исходя из перспективы семиотики У. Эко, с последующим воспроизводством иконических сем в трансмедийных расширениях (приквелах, сиквелах и т.п.).

Рассмотрение У. Эко способов изображения зебры и вертолета через их отличительные признаки приводит его к следующему заключению: «Коды узнавания (как и коды восприятия) предполагают выделение каких-то отличительных черт, на чем и строится всякий код» [14; 129].

В трансмедийных франшизах, где отправной точкой, чаще всего, служат комиксы, неуклонно соблюдаются конвенции относительно изображения ключевых персонажей, причем касается это, прежде всего, каких-то определенных атрибутов – костюма, оружия и т.п. (например, конвенции в изображении Тора в марвеловских комиксах и фильмах).



а)

б)

Илл. 1. Конвенции в изображении Тора.

а) Тор из комикса.

Источник: <https://com-x.life/readcomix/4640/75244.html>

б) Тор из фильма

Источник: <https://ria.ru/20201020/thor-1580537441.html>

Эти атрибуты как раз и являются теми самыми отличительными признаками (и, следовательно, теми константами), которые составляют код. Однако в данном случае мы имеем дело уже с тем, что У. Эко называл иконографическим кодом: «Иконографические коды, используя в качестве означающих означаемые иконических кодов, выстраивают более сложные и культурно опосредованные семы (не «человек» или «лошадь», а «монах», «Пегас», «Буцефал», «Валаамова ослица»). Изображение узнаваемо по особым более или менее стабильным признакам, они образуют сложные синтагматические сцепления и конфигурации, легко опознаваемые и классифицируемые, например, «Рождество», «Страшный суд», «Четыре всадника Апокалипсиса» [14; 159].

В киновселенной Марвел, как, впрочем, и в других вымышленных вселенных, замена актера не повлияет существенным образом на узнавание персонажа, если его костюм и оружие сохранятся в неизменном виде. Вот, например, как выглядели некоторые супергерои в экранизациях комиксов разных лет:



Илл. 2. Бэтмен 1943 / Бэтмен 2016.

Источник: <https://www.ivi.ru/titr/motor/superheroes-then-and-now>



Илл. 3. Халк 1978 / Халк 2008.

Источник: <https://www.ivi.ru/titr/motor/superheroes-then-and-now>



Илл. 4. Капитан Америка 1990 / Капитан Америка 2011.

Источник: <https://www.ivi.ru/titr/motor/superheroes-then-and-now>

Эти знаки имеют двойственную природу, будучи одновременно и иконами, и индексами. Так, если Железный человек из комикса Марвел (т.е. текста-канона) является вымышленным персонажем, а следовательно, знаком без референта, то Железный человек из фильмов уже будет производным от него знаком, отсылающим к тексту-канону. То есть здесь мы имеем дело с иконографическим кодом конкретной транс(медийной) франшизы.



а)

б)

Илл. 5. Конвенции в изображении Железного Человека.

а) Железный человек (комикс).

Источник: <https://vertigo.com.ua/5-ironman-comics/>

б) Железный человек (фильм 1977 / фильм 2008)

Источник: <https://www.ivi.ru/titr/motor/superheroes-then-and-now>

В этой связи представляется уместным сделать два замечания:

1. Иконографический код (основанный на конвенциональности изображений) становится наиболее явным не в рамках отдельного, автономного текста, а при сопоставлении различных текстов, составляющих некоторую трансмедийную франшизу.

2. Иконографический код являет собой наиболее очевидный пример того, что можно было бы назвать «внутренней интертекстуальностью» трансмедийной франшизы, ее персональным Голосом Знания (культурным кодом), если воспользоваться терминологией Р. Барта⁵.

Идея членения визуальных кодов на фигуры, знаки и семы представляется созвучной принципу «минимального отклонения», выдвинутому М.-Л. Райан: «Этот принцип гласит, что всякий раз, когда мы интерпретируем сообщение об альтернативном мире, мы реконструируем этот мир как по возможности наиболее близкий к той реальности, которую мы знаем» [16; 403]. В случае вымышленных миров и населяющих их существ иконические знаки, по крайней мере отчасти, отсылают к объектам, известным нам либо из реального, окружающего нас мира, либо из каких-либо иных источников. Именно благодаря нашему знанию этих объектов мы способны «узнавать» и, главное, признавать в качестве возможных объекты иконических знаков, являющиеся плодом авторской фантазии (которая, на самом деле, представляет собой процесс комбинирования того, что уже было известно ранее). Мы можем до бесконечности фантазировать, придумывая все новые формы жизни (инопланетной или сказочной), однако это всегда будут именно формы жизни, как мы их себе представляем на основе нашего собственного опыта или полученного знания. В нашем понимании некоторое существо должно обладать, по крайней мере, некоторыми из следующих признаков: тело, сознание, мышление и речь, органы чувств, эмоции, способность к перемещению в пространстве, способность к размножению, питание и т.п. Различные конфигурации этих признаков (в разных вариантах или даже их отсутствие) характеризуют различных фантастических существ.

Часто в произведениях таких жанров, как научная фантастика, фэнтези и хоррор новые расы живых существ создаются, прежде всего, за счет различных телесных модификаций/комбинаций.

В зависимости от нужд повествования эти существа могут обладать или не обладать речью (например, говорящие и перемещающиеся деревья (как онты в трилогии Толкиена). Кроме того, нельзя не учитывать, что подавляющее количество видов живых существ, встречающихся в указанных жанрах, заимствовано из различных мифологий или сказочного фольклора. Мифологические/сказочные существа, такие, как грифоны, пегасы, единороги, кентавры, русалки – все это случаи, так сказать, межвидового скрещивания, гибридизации.

Вымышленные существа, с которыми члены аудитории сталкивались в различных произведениях, начиная с детского возраста, воспринимаются как нечто естественное и привычное, и становятся впоследствии частью индивидуальной картины мира, подготавливая нас к более «благоклонному» восприятию новых фантастических существ.

Таким образом, даже если, с точки зрения классической трактовки иконического знака, вымышленный мир художественного текста может быть рассмотрен как автореференциальный на уровне отдельных иконических сем, при членении на знаки он располагает достаточным числом коррелятов из окружающего нас материального мира для того, чтобы не разрушить одну из самых важных конвенций, которую заключают между собой «автор» и «читатель» - доверие к вымыслу.

Как указывал У. Эко в «Шести прогулках в литературных лесах», «приходится признать: чтобы нас впечатлил, разбавил, напугал или растрогал даже самый непредставимый из миров, мы должны применить к нему наши познания о настоящем мире. Другими словами, мы должны использовать реальный мир в качестве фона. Означает это следующее: вымышленные миры паразитируют на реальном» [17; 153].

Трансмедийный семиозис

Триадическая модель знака, предложенная Пирсом, подразумевает отношение между тремя компонентами – знаком (репрезентаменом), объектом и интерпретантой – которое сам Пирс определил следующим образом: «Знак, или Репрезентамен, это Первое, которое находится в таком подлинном [genuine] триадическом отношении ко Второму, называемому его Объектом, чтобы быть в состоянии так определить (determine) некое Третье, называемое его Интерпретантой, чтобы оно вступало в то же триадическое отношение к Объекту, в котором само [Первое] находится к этому Объекту. Это триадическое отношение является подлинным в том смысле, что все три его члена связываются таким способом, что не содержат в себе никаких комплексов диадических отношений» [9; 200].

Нечто будет являться знаком некоторого объекта только в том случае, когда интерпретируется как знак этого объекта:

«Если Знак является другим в отношении своего Объекта, должно либо в мысли, либо в выражении существовать какое-то объяснение, или доказательство, или другой контекст, показывающий, как — в какой системе или на каком основании - этот Знак представляет тот Объект или совокупность Объектов, которые он представляет. Вместе Знак и Объяснение создают другой Знак, и поскольку объяснение будет Знаком, оно, возможно, потребует дополнительного объяснения, которое, взятое вместе с уже расширенным знаком, создаст Знак еще более широкий; и, продолжая таким образом, в конце концов мы достигнем или должны достигнуть знака как Знака себя самого (a Sign of itself), содержащего в себе свое собственное объяснение и объяснение всех своих значимых частей; и в соответствии с этим объяснением, каждая такая часть будет иметь какую-то другую часть своим Объектом» [9; 179 – 180].

Семиозис понимается как процесс производства знаком своей интерпретанты, а принципиальная нетождественность знака и объекта позволила говорить о неограниченном семиозисе, то есть о бесконечной череде интерпретант, стремящихся сблизить знак и объект, но никогда не достигающих этой цели: «Процесс неограниченного семиозиса показывает нам, как означивание (signification), постоянно соотнося один знак с другим или с рядом других знаков, обрисовывает элементы культуры (cultural units) асимптотически, никогда не позволяя прикоснуться к ним непосредственно, но делая их доступными через посредничество других элементов» [18; 334].

В семиотической концепции Пирса также обнаруживается противопоставление двух понятий – репрезентации и детерминации.

Р. Дж. Парментье указывает, что детерминация – «это каузальный процесс, в котором качества одного элемента специфицируются, передаются или предсказываются действием другого элемента. Этот процесс добавления к детерминации некоторого элемента эквивалентен возрастанию «глубины» или интенсивности термина; семиотическая передача этой дальнейшей детерминации регистрируется в результирующей характеристике интерпретанта таким образом, что объект рассматривается как «детерминируемый», а интерпретант как «детерминирующий» [19; 25 – 26].

В свою очередь, репрезентация работает в противоположном по отношению к детерминации направлении и определяется как «действие или отношение, в котором некоторая вещь замещает другую в той степени, в какой эта вещь, в определенных целях, может быть принята как замена этой второй вещи некоторым интерпретирующим разумом. Поскольку репрезентация замещает или рассматривается в качестве замены объекту, интерпретирующий разум получает знание об объекте посредством восприятия репрезентирующего знака» [19; 26].

Такое понимание семиозиса, по мнению ряда исследователей трансмедийности, делает его как нельзя более пригодным понятием для изучения трансмедийных нарративов.

Так, Джин Карвальо Альзамора указывает, что «процесс семиотической медиации

протекает на двух уровнях: между объектом и интерпретантой (посредством знака) и между двумя триадами (знак /объект/ интерпретанта) посредством интерпретанты. С этой точки зрения, трансмедийная динамика может пониматься как процесс медиации, который задействует чередующиеся семиотические процессы детерминации и репрезентации, соединенные вместе на двух уровнях: в медиасреде (через интертекстуальные отсылки) и на пересечении двух или более медиа (через транстекстуальные репрезентации). На обоих уровнях семиотический процесс детерминации относится к нарративному универсуму референции, а семиотический процесс репрезентации подчеркивает креативную способность трансмедийного сторителлинга по отношению к референциальной детерминации. Таким образом, трансмедийная динамика основывается на способности к углублению (детерминация) и на способности к расширению (репрезентация), как это было заявлено Дженкинсом в одном из семи принципов трансмедийного сторителлинга <...>» [20; 599].

Каким образом все сказанное выше относительно семиозиса можно связать с вымышленным миром трансмедийной франшизы? Каноническое произведение франшизы (произведение-первоисточник) представляет собой целую сеть или совокупность знаков, отсылающих к вымышленному миру. Все последующие произведения, входящие в данную трансмедийную франшизу в виде приквелов, сиквелов, спин-оффов и т.п. (включая также и фанфикшн) можно рассматривать как интерпретанты этой первичной совокупности знаков. Расширение и дальнейшее обустройство вымышленного мира (принципиально неполного по сравнению с миром реальным) происходит именно за счет этих интерпретантов.

И здесь видится еще одно различие между трансмедийным сторителлингом и адаптацией (экранизацией): трансмедийный сторителлинг по своим свойствам отвечает идее неограниченного семиозиса (несмотря на сохраняющуюся «угрозу» гиперинтерпретации, прежде всего, со стороны фанфикшн). Адаптация же в этом смысле, скорее, связана с понятием избыточности за счет фактического дублирования плана содержания, о чем речь шла выше.

Заключение

Проведенное в статье исследование позволило выявить следующее:

1. Конвергентная культура оказывается благоприятной средой для развития различных форм трансмедийности и, в частности, трансмедийных франшиз в области художественного вымысла. Трансмедийный сторителлинг становится более эффективным способом заставить членов аудитории потреблять медиаконтент, при котором от производителей не требуется усилий по созданию радикально новых произведений. Завоевавший популярность нарратив, расширяясь и детализируясь через различные медиаплатформы и различные семиотические языки, погружает членов аудитории в вымышленный мир, часто более логичный и справедливый, чем мир реальный.
2. В отличие от простой адаптации – переноса содержания с одной медиаплатформы на другую, трансмедийный сторителлинг вносит изменения в традиционную схему межсемиотического перевода, модифицируя план содержания и при этом заботясь о сохранении единообразия в отношении эстетической формы.
3. Женеттовская трактовка вымышленного мира как автореференциального оказывается верной лишь когда речь идет об иконических семах, в то время составляющие сему иконические знаки вполне могут иметь референтов во внетекстуальной реальности. Поддержание доверия читателя/зрителя к вымышленному миру не в последнюю очередь основывается на сформулированном М.-Л. Райан принципе «минимального отклонения», а также на неизменности иконографического кода (У. Эко), выявляемого на уровне трансмедийной франшизы в целом и демонстрирующем ее «внутреннюю интертекстуальность».
4. Представляется легитимным проведение аналогии между трансмедийным сторителлингом и

семиозисом: в этой оптике каждое новое произведение трансмедийной франшизы оказывается интерпретантой всех предшествующих ее произведений и, одновременно, новым знаком, ожидающим свою интерпретанту.

Примечания

¹ В переводе на русский книга вышла в 2019 году под названием «Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа».

² «Под конвергенцией я понимаю поток контента через многочисленные медиа-платформы, кооперацию между многочисленными медиа индустриями и миграцию медиа аудиторий, готовых отправиться куда угодно в поисках различного рода развлечений. В мире медиа конвергенции каждая важная история рассказывается, каждый бренд продается, каждый потребитель соблазняется через многочисленные медиа-платформы» [2; 3].

³ Медиафраншиза (англ. Media franchise, также медиафранчайз, франшиза) — линейка медиапродукции: литературные произведения, фильмы, телепередачи, компьютерные игры и т.п., связанной персонажами, антуражем и торговой маркой и состоящей из оригинального произведения и его производных. Интеллектуальная собственность на неё может быть лицензирована другим сторонам или партнёрам для дальнейшего выпуска производных работ и/или коммерческой эксплуатации продукции в рамках мерчандайзинга [3].

⁴ Подробнее об этом см.: [4; 108-112].

⁵ «Культурные коды, которые суть не что иное, как цитации — извлечения из какой-либо области знания или человеческой мудрости <...>» [15; 32].

Список литературы

1. Jenkins H. (2007). Transmedia Storytelling 101 http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html
2. Jenkins H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York. 309 p.
3. Медиафраншиза <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D1%84%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%88%D0%B8%D0%B7%D0%B0>
4. Proctor W. (2019). Seriality, Sequentiality, and the Shifting Economies of Franchise Licensing // The Routledge Companion to Transmedia Studies. New York, London: Routledge. P.101-114.
5. Scolari C.A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. International Journal of Communication. №3. P. 586-606.
6. Freeman M., Rampazzo Gambarato R. (2019). Transmedia Studies—Where Now? // The Routledge Companion to Transmedia Studies. New York, London: Routledge. P. 37-52.
7. Якобсон Р.О. (1978). О лингвистических аспектах перевода // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. Москва. С. 16-24. <http://www.philology.ru/linguistics1/jakobson-78.htm>
8. Zecca F. (2014). Comics in Motion: the Intersemiotic Translation of Comics into Film // Proceedings of the World Congress of the IASS/AIS 12th WCS Sofia 2014 New Semiotics. Between Tradition and Innovation. https://iass-ais.org/proceedings2014/view_lesson.php?id=150
9. Пирс Ч.С. (2000). Избранные философские произведения. — Москва: Логос. - 448 с.
10. Женетт Ж. (1998). Фигуры. В двух томах. Том 2. — Москва: Издательство Сабашиных. - 944 с.
11. Лотман Ю.М. (1992). Семиотика культуры и понятие текста // Избранные статьи. Т. 1. Таллинн. <http://www.philology.ru/literature1/lotman-92b.htm>
12. Моррис Ч.У. (2001). Основания теории знаков // Семиотика: Антология. Москва: Деловая книга. Сс. 45 – 97.
13. Локк Дж. (1985). Опыт о человеческом разумении. Сочинения в 3-х томах. Том 1. Москва: Мысль. - 560 с.
14. Эко У. (1998). Отсутствующая структура. СПб: Петрополис, 1998. - 432 с.

15. Барт Р. (1994). *S/Z*. Москва: Ad Marginem, 1994. - 304 с.
16. Ryan M.-L. (1980). Fiction, Non-Factuals, and the Principle of Minimal Departure. *Poetics*, 9 (4). P.403 – 422.
17. Эко У. (2002). Шесть прогулок в литературных лесах. СПб: Симпозиум. 288 с.
18. Эко У. (2007). Роль читателя. Исследования по семиотике текста. СПб: Симпозиум. 502 с.
19. Parmentier R. J. (1994). *Signs in Society. Studies in Semiotic Anthropology*. Bloomington and Indianapolis. 226 p.
20. Carvalho Alzamora, G. (2019). A Semiotic Approach to Transmedia Storytelling. *The Routledge Companion to Transmedia Studies*. New York, London: Routledge. P. 595 – 606.

References

1. Jenkins H. (2007). Transmedia Storytelling 101
http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html
2. Jenkins H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, 2006. 309 p.
3. Mediafranchise
<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D1%84%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%88%D0%B8%D0%B7%D0%B0> [in Russ.]
4. Proctor W. (2019). Seriality, Sequentiality, and the Shifting Economies of Franchise Licensing. In: *The Routledge Companion to Transmedia Studies*. New York, London: Routledge. P.101-114.
5. Scolari C.A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*. №3. P. 586-606.
6. Freeman M., Rampazzo Gambarato R. (2019). Transmedia Studies—Where Now? In: *The Routledge Companion to Transmedia Studies*. New York, London: Routledge. P. 37-52.
7. Jakobson R.O. (1978). O lingvisticheskikh aspektah perevoda [On Linguistics Aspects of Translation].
<http://www.philology.ru/linguistics1/jakobson-78.htm> [in Russ.]
8. Zecca F. (2014). Comics in Motion: the Intersemiotic Translation of Comics into Film. *Proceedings of the World Congress of the IASS/AIS 12th WCS Sofia 2014 New Semiotics. Between Tradition and Innovation*.
https://iass-ais.org/proceedings2014/view_lesson.php?id=150
9. Peirce Ch.S. (2000). *Izbrannye filosofskie proizvedeniya* [Selected philosophical works]. Moscow: Logos, 2000. 448 p. [in Russ.]
10. Genette J. (1998). *Vymysel i slog // Figury* [Fiction and Diction]. Vol. 2. Moscow: Izdatelstvo Sabashnikovykh. 944 p. [in Russ.]
11. Lotman J.M. (1992). Semiotika kultury i poniatie teksta //Izbrannye statii. [Semiotics of culture and the notion of text]. Volume 1. Tallinn. P. 129-132. <http://www.philology.ru/literature1/lotman-92b.htm> [in Russ.]
12. Morris Ch.W. (2001) *Osnovaniya teorii znakov* [Writings on the General Theory of Signs]. In: *Semiotika: Antologiya*. Moscow: Delovaia kniga. P. 45 -97 [in Russ.]
13. Locke J. (1985). *Opyt o chelovecheskom razumenii* [An Essay Concerning Human Understanding]. Volume 1. Moscow: Mysl. 560 p. [in Russ.]
14. Eco U. (1998). *Otsutstvuiuschaia struktura* [The absent structure]. SPb: Petropolis, 1998. 432 p. [in Russ.]
15. Barthes R. (1994). *S/Z*. Moscow: Ad Marginem. 304 p. [in Russ.]
16. Ryan, M.-L. (1980). Fiction, Non-Factuals, and the Principle of Minimal Departure. *Poetics*, 9(4). P.403 – 422.
17. Eco U. (2002). *Shest progulok v literaturnykh lesakh* [Six walks in the fictional woods]. SPb: Symposium. 288 p. [in Russ.]
18. Eco U. (2007). *Rol chitatelia. Issledovaniya po semotike teksta* [The role of the reader. Explorations in the semiotics of texts]. SPb: Symposium. 502 p. [in Russ.]
19. Parmentier R. J. (1994). *Signs in Society. Studies in Semiotic Anthropology*. Bloomington and Indianapolis. 226 p.
20. Carvalho Alzamora G. (2019). A Semiotic Approach to Transmedia Storytelling. In: *The Routledge Companion to Transmedia Studies*. New York, London: Routledge. P.595 – 606.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Фурс Вероника Владимировна – кандидат философских наук, доцент кафедры социальных наук Европейского гуманитарного университета. Адрес: 01127, Литва, г.Вильнюс, ул. Савичяус 17, veronika.furs@ehu.lt ORCHID.ID: 0000-0001-8729-4168

АВТОР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТ

Фурс Вероника Владимировна – философия ғылымдарының кандидаты, Европалық гуманитарлық университет, әлеуметтік ғылымдар кафедрасының доценті. Мекенжай: 01127, Литва, Вильнюс қ., Савичяус көшесі 17, veronika.furs@ehu.lt ORCHID.ID: 0000-0001-8729-4168

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Veronika V. Furs – PhD, Associate professor of the Department of Social Sciences, European Humanities University. Address: 17 Savičiaus Str., 01127, Vilnius, Lithuania, veronika.furs@ehu.lt ORCHID.ID: 0000-0001-8729-4168

Редакцияға түсті / Поступила в редакцию / Received 23.03.2023
Жариялауға қабылданды / Принята к публикации / Accepted 28.03.2022