

УДК 808.5

Б.В. Туркина
*Курганский государственный университет,
Курган*

ПРЕЦЕДЕНТНЫЙ ТЕКСТ В РАМКАХ КУРСА «ЯЗЫК СМИ»

Аннотация. В статье рассматривается один из способов выражения экспрессии в языке СМИ – прецедентный текст. Исследование проводится на материале заголовков региональных печатных СМИ.

Ключевые слова: прецедентный текст, трансформация, интертекстуальный компонент.

B.V. Turkina
Kurgan State University, Kurgan

PRECEDENT TEXT IN THE FRAMEWORK OF THE COURSE «MASS MEDIA LANGUAGE»

Abstract. The article studies one of ways of expression style in the language of media – the precedent text. The research is conducted on material of headings of regional printed media.

Key words: the precedent text, transformation, intertextual component.ent.

В последние десятилетия одним из самых распространенных способов выражения экспрессии в

языке СМИ является использование прецедентных текстов. Интерес современной науки к феномену прецедентности вызвал, в свою очередь, интерес к изучению прецедентных текстов в рамках изучения учебной дисциплины «Язык СМИ». В современной лингвистической науке термин «прецедентный текст» имеет неоднозначное употребление и используется достаточно широко. Понятие «прецедентный текст» было введено Ю.Н. Карауловым в 1986 году. Под прецедентными текстами Ю.Н. Караулов понимает тексты, «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, то есть хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [2, с. 216]. Текст, называемый прецедентным, носит общеизвестный и временной характер, главное – он должен быть легко узнаваемым большинством читателей.

Текст, который характеризуется прецедентностью, изначально экспрессивен, так как, «порождая двуплановость или многоплановость, «включенный текст» служит целям языковой игры разного рода: способствует поэтизации текста, создает поэтический намек, подтекст, рождает загадку, создает ироническое, саркастическое, гротескное, трагическое или иное звучание, способствует иерархизации смысла, – придает бытовой фразе смысл иносказания – политического, поэтического, философского или какого-либо иного, иногда просто рождает неприятную шутку» [1, с. 563].

Известны и другие определения прецедентного текста. Так, Г.П. Немец и Н.Н. Скрипникова определяют прецедентный текст как текст, который «используется в значении определенного языкового клише, существующего уже в значительном отрыве от своего первоначального контекста и в достаточной мере утратившего определенную смысловую непроницаемость и семантическую целостность. Прецедентным может стать любой отвечающий жизненной идеологии эпохи текст» [4, с. 76].

Язык современных СМИ отражает активное использование журналистами фразеологизмов как прецедентных текстов в качестве яркого выразительного средства. Наше исследование посвящено анализу фразеологических единиц как прецедентных высказываний. Проанализированы фразеологические единицы, употребляющиеся в качестве заголовков в региональных СМИ. Материалом исследования послужила зауральская пресса: «Курган и курганцы», «Исеть», «Меридиан», «Новый мир», «Телесемь», «Зауралье».

Как показывают примеры употреблений из нашей картотеки, фразеологические единицы являются яркими представителями прецедентных

высказываний. Оценочность и идиоматичность фразеологической единицы делает её ёмким и экспрессивным элементом журналистского текста и в особенности фразеологического заголовка, где сразу привлекается внимание читателя.

В ходе исследования заголовков статей региональной прессы, в составе которых употреблен фразеологизм, выявлены нетрансформированные (узуальные) и трансформированные (оказиональные) фразеологизмы. Однако узуальный фразеологизм в неизменном виде появляется на газетных полосах в заголовках крайне редко. Например:

Точность – вежливость королей. (КуК. №33. 2018).

От мала до велика (КуК. №63. 2015).

Во чужом пиру похмелье (КуК. №15. 2013).

Как показывает материал, отдельные фразеологизмы-заголовки обходятся без подзаголовков. Возможно, в этом случае пишущий «неопределённым» заголовком создает некую интригу, вынуждая читателя обратиться к тексту статьи. Однако фразеологизм-заголовок часто сопровождается подзаголовком. Например:

Ледниковый период (Большинство коммунальных аварий зимой происходит из-за промерзания грунта). (КуК. №14. 2012).

Охота пуще неволи. (Браконьеры наносят непоправимый вред миру и нарушают Государственную границу Российской Федерации). (КуК. №3. 2013).

«Задел за живое!» Участники проекта «Сети Амура» пошли ва-банк. (Телесемь. №6. 2016).

Как на дрожжах. (По данным Росстата, инфляция в октябре составила 0,5%). (Исеть. №46. 2015).

Второе дыхание (27 ноября Константин Меладзе объявил о закрытии группы «ВИА Гра». «Телесемь» выяснил, что это не так). (Телесемь. №51. 2012).

Взяли с поличным (Подозреваемый в грабеже курганец с ходу во всем сознался, угодив в полицию). (КуК. №29. 2013).

Made in Chine (Китай впервые после окончания холодной войны вошел в пятерку крупнейших в мире экспортеров основных видов обычных вооружений, заняв в списке пятое место и сместив с него Великобританию). (КуК. №30. 2013). В современном развитии общества, когда Китай бурно и быстро развивается, практически все изготавливается в КНР, а выражение made in Chine (сделано в Китае) становится фразеологизмом.

Как на дрожжах... (Цены на муку выросли за 2012 год на 23.7%, тогда как общий годовой прирост цен на продовольственные товары составил 8.3%). (Зауралье. №12. 2016).

Фразеологические заголовки характеризуются особой синтаксической позицией. Фразеологизм может входить в состав заголовка. Подавляющее большинство современных газетных заголовков

по структуре является предложением, и журналисты нередко включают фразеологизм в состав заголовка для придания ему большей образности, экспрессивности и выразительности. В отличие от заголовка-фразеологизма, а также только намечающего тему статьи фразеологизма с сопроводителем, такое название журналистского материала является не только оценочным, но и информационно достаточным. Заголовок в этом случае оказывается оценочно-информационным, главным смысловым элементом которого выступает оценка факта (как положительная, так и отрицательная). Например:

Помогут ли стены? (КиК. №33. 2018).

Жених «на крючке». (Новый мир. №12. 2014).

Вернуть долги любой ценой (Зауральские полицейские задержали похитителей человека). (КиК. №43. 2013).

Из рук в руки, или как можно сэкономить на товарах для детей. (Новый мир. №12. 2013).

Пособие по безработице вышло боком. (Гражданка была трудоустроена, но от получения дополнительных денег не отказывалась). (КиК. №28. 2013).

Цифровое телевидение не за горами. (Меридиан. №7. 2013).

Один на один с коллекторами. (Исеть. №10. 2016).

Заткнуть за пояс Рэмбо (этому и многому другому учит ребят руководитель военно-спортивного клуба «Рысь» Василий Белоусов). (Исеть. №33. 2012).

Железная леди с добрым сердцем. (КиК. №83. 2012).

Коммуналка бьет по карману (Новые нормы на оплату коммунальных ресурсов вызывают у курганцев массу вопросов) (КиК. №120. 2017).

Как показывает наша картотека, зауральские журналисты предпочитают использовать в составе заголовков, содержащих интертекстуальный компонент, трансформированные фразеологизмы. Степень контекстуально-обусловленной трансформации фразеологизма, выступающего в роли заголовка, может быть различной: от минимальной (формальной), когда незначительному изменению подвергается один из его компонентов, до максимальной, когда неизменным остается только один из компонентов фразеологической единицы.

Первая степень трансформации характеризуется незначительным изменением структуры фразеологизма, так как все преобразования происходят на уровне его формы.

Достаточно частотна инверсия компонентов фразеологизма. Среди фразеологизмов-заголовков наблюдаются устойчивые единицы, где компоненты переставлены местами. С одной стороны, подобное структурное изменение фразеологизма не влечет никаких семантических изменений. Такие перестановки во фразеологизме в составе

заголовка СМИ отражают переходные случаи, занимающие пространство между группой нетрансформированных и трансформированных фразеологических единиц. Например:

В нужном месте в нужное время оказался полицейский патруль. (КиК. №11. 2013). – Оказаться в нужном месте в нужное время.

В грязь лицом не ударили (ОСДЮСШОР №1 провела открытое первенство по тхэквондо). (КиК. №147. 2010). – Не ударить в грязь лицом.

Изменению может быть подвергнута грамматическая форма или число фразеологизма. Литературной нормой для большинства фразеологизмов является их употребление в единственном числе. Журналисты, используя фразеологизм как коммуникативную единицу, согласовывают его компоненты со своим текстом, трансформируя при этом форму устойчивой единицы. Например:

Божьи одуванчики (И вновь на театральных подмостках премьера. Комедию «Одуванчики» по пьесе Андрея Иванова поставил Валерий Ивлев.) (Исеть. №46. 2010). – Фразеологизм божий одуванчик употребляется только в ед.ч.

Герои нашего времени (21 февраля вручены премии главы города трудящейся молодежи). (КиК. №21. 2013). Литературной нормой для фразеологизма герой нашего времени является употребление только в ед.ч.

Усечению подвергаются компоненты фразеологизма. Эллипсис, или усечение, фразеологизма в заголовках печатных и электронных СМИ выступает как тенденция к экономии языковых средств: в памяти читателя, знакомого с фразеологической единицей, происходит ее восстановление до первоначального варианта. Например:

Снег на голову (Уходя, зима решила отыгратья снегопадами). (КиК. №28. 2013). – Как снег на голову.

Долг платежом (Каждый восьмой владелец кредитной карты в России перестал платить по выданному ему займу и стал должником). (КиК. №16. 2013). – Долг платежом красен.

Расставлены все точки (Депутаты уточнили бюджет уходящего года). (КиК. №148. 2016). – Расставить (все) точки над i.

Деньги на ветер (Ограбление сорвалось, но часть купюр бесследно исчезла). (КиК. №25. 2013). – Бросать деньги на ветер.

Вторая степень трансформации, являясь более сложной формой преобразования ФЕ, затрагивает его семантику. Семантическая трансформация заключается в добавлении новых оттенков смыслов, в возникновении игры слов в результате совмещения прямого и переносного значений. Изменения возможны в диапазоне от замены ключевого компонента до преобразования устойчивой единицы в целом.

Фразеологизм претерпевает расширение компонентного состава. Например:

То, что доктор Илизаров прописал! (КиК. №15. 2013). – Что доктор прописал.

Две стороны золотой медали (Мякишева и Шерстобитов вновь преуспели, но что ждет их в дальнейшем?). (КиК. №148. 2011). – Две стороны медали.

Может происходить замена компонентов в составе фразеологизма. Например:

Вера, надежда, мечта! (КиК. №34. 2018).

Жди у озера погоды (Браконьеры выловили полторы тонны рыбы). (КиК. №60. 2013). – Ждать у моря погоды.

Смех вам в помощь! (В Кургане прошел открытый фестиваль КВН на кубок главы города). (КиК. №31. 2013). – Бог в помощь.

Папин сынок (У Андрея Леонова пополнение в семье) (Телесемь. №7. 2013). – Маменькин сынок.

Ни денег, ни балкона (Прошли десятилетия со времен известной своим криминальным талантом Соньки-золотой ручки, но и в 21-м веке от рук мошенников страдает много добропорядочных граждан). (Исеть. №46. 2010). – Ни денег, ни товара.

С милым рай и в Эмиратах... (Лера Кудрявцева и Игорь Макаров провели первый совместный отпуск в Дубае) (Телесемь. №8. 2013). – С милым рай и в шалаше.

Язык до суда доведёт (Справиться с буйными пациентами травмпункта помогла полиция). (КиК. №7. 2012). – Язык до Киева доведёт.

Приятная дюжина. (КиК. №98. 2010). – Чертова дюжина.

Фразеологизм может преобразовываться в исходное словосочетание. Буквализация является крайней степенью трансформации фразеологизма, на пути от языковой единицы к коммуникативной. При такой трансформации фразеологизма при сохранении синтаксической структуры устойчивая единица полностью утрачивает свое пересмысленное актуальное значение, становясь свободным словосочетанием.

Заголовок с таким типом преобразования фразеологизмов приобретает комический эффект из-за несоответствия значения фразеологизма и того смысла статьи, который раскрывается журналом. Например:

Сети на мели (Рыбопользователей ожидает не самый лучший сезон). (КиК №148. 2011). – Быть на мели.

Банки раскроют карты (ЦБ РФ рекомендует им в полной мере информировать клиентов об основных условиях использования банковской карты и о порядке урегулирования конфликтных ситуаций, связанных с ее использованием). (КиК. №144. 2010). – Раскрыть карты.

Многообразие вариантов преобразования фразеологизмов свидетельствует о том, что журналисты ищут различные способы перестроить языковой знак под текст своего материала, максимально используя при этом познавательную ценность ФЕ.

Окказиональные трансформированные единицы, будучи продуктами различных трансформа-

ций языковых единиц, отличаются от последних повышенной экспрессивностью. Окказиональные единицы образуются посредством использования приемов окказионального преобразования единиц, эти приемы направлены на актуализацию значения языковых единиц. Часто окказиональные трансформации приводят к изменению семантики и образности фразеологизма при сохранении связей с языковыми единицами, порождающими новую речевую единицу.

Именно измененный образный план дает подчас самый выразительный эффект. Актуализироваться может «старый» и «новый» образ, детали образа. Как показал анализ, авторами могут быть использованы приемы расширения и сужения компонентного состава, замены компонентов и инверсии. Такая активность использования приемов окказионального преобразования единиц обусловливается установившейся связью образа и значения и возможностью трансформировать отдельные элементы ставшего прозрачным образного основания единицы [3, с. 547].

Таким образом, фразеологические заголовки, используемые в качестве прецедентных текстов, активизируют фоновые знания читателя и связанные с этим многочисленные культурные, исторические, духовные, эмоциональные ассоциации.

Список литературы

- 1 Земская Е. А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь. – Москва, 2004.
- 2 Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – Москва, 2002.
- 3 Мелерович А. М., Мокиенко В. М. Фразеологизмы русской речи. Словарь: Около 1000 единиц. – Москва, 2001.
- 4 Немец Г. П., Скрипникова Н. Н. Прецедентный текст и языковая игра как аспекты современной речевой практики // Акценты. Новое в массовой коммуникации. Альманах. Выпуск 7-8 (42-43). – Воронеж, 2003. – С. 75-77.

References

- 1 Zemskaya E.A. Yazyk kak deyatel'nost': Morfema. Slovo. Rech. M.: 2004.
- 2 Karaulov Yu.N. Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost. M.: 2002.
- 3 Melerovich A.M., Mokiyenko V.M. Frazеologizmy russkoy rechi. Slovar: Okolo 1000 edinit. M.: 2001.
- 4 Nemets G.P., Skripnikova N.N. Precedentnyy tekst i yazykovaya igra kak aspekty sovremennoy rechevoy praktiki // Aktsenty. Novoye v massovoy kommunikatsii. Almanakh. Vypusk 7-8 (42-43). Voronezh: 2003. – S. 75-77.