

С.В. ИЛЬЯСОВА
(Ростов-на-Дону)

ТРАСФОРМАЦИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ ИГРОВОГО И ОЦЕНОЧНОГО НАЧАЛ (на материале современных российских СМИ)

Анализируется языковая игра с прецедентными феноменами в языке современных российских СМИ. Рассматриваются наиболее типичные для языка СМИ типы прецедентных феноменов, а также их игровые трансформации, являющиеся результатом применения механизмов словообразовательной, графической, орфографической игры.

Ключевые слова: язык СМИ, прецедентный феномен, языковая игра, оценка.

Прецедентность в широком понимании этого термина давно имела место в языке российской прессы (обычно в заголовках), как и отдельные проявления языковой (далее – ЯИ). Масштабное, поистине лавинообразное распространение этих феноменов на страницах газет относится к началу XXI в. Их соединение в пределах заголовка или заголовочного комплекса превратилось в прием привлечения внимания, а также и оценки, т.к. «фигуры интертекста используются как средство выражения социальной оценки» [1, с.209] реализуется средствами ЯИ. В данной работе мы будем использовать термин *прецедентный феномен* (далее – ПФ) в широком его понимании [2, с.147].

Предметом нашего исследования являются ПФ, игровая трансформация которых направлена, как правило, на оценку объекта ЯИ. Данное исследование продолжает ряд проведенных ранее, поэтому в классификации ПФ мы будем придерживаться сложившегося подхода [3].

Стихотворные цитаты. В указанной выше монографии мы привели точку зрения Е.А. Земской, согласно которой этот тип ПФ (прецедентных текстов – С.И.) является самым частотным в языке СМИ, причем «цитаты неизменные встречаются реже, чем трансформированные [4, с. 556]. По нашим наблюдениям, стихотворные цитаты в заголовках встречаются не столь часто, как другие типы ПФ, но, как правило, в трансформированном виде, напр.: *Отджигурдила роца золотая* (КП.06.10.2012). Любая трансформация устойчивого словесного комплекса всегда рождает эффект обманутого ожидания, эффект которого тем сильнее, чем необычнее «вкрапление», как в данном случае – есенинский текст теряет свою лиричность, приобретает экспрессию, характерную для личности Никиты Джигурды.

Прозаические цитаты. Применительно к этому типу ПФ справедливо наблюдение Р.Ю. Наминовой и И.А. Нефляшевой о превращении отдельных текстов-прецедентов в модель. В качестве иллюстрации авторы, среди прочих, приводят и такой текст-прецедент: «Коммунизм – это есть Советская власть плюс электрификации всей страны» – цитату из работы В.И. Ленина «Наше внешнее и внутреннее положение и задачи партии» – и его трансформации с самым широким набором коннотаций [5, 2004].

Действительно, данная модель стала, пожалуй, самой повторяемой, прецедентный текст постоянно обновляется, «оживляется» [см. 1, с. 209], напр.: *Плюс деголлизация всей страны* (Известия. 05.09.2000); *Плюс капитализация всей страны* (Известия. 09.09.2011); *Плюс брутализация всей страны* (КП.10.11.2014); *Насчет путинизации всей страны* (КП.26.03.2005); *«Шакиризация» всей страны* (7 Дней, 2006, № 41).

Известное выражение *Ищите женщину*, цитируемое также по-французски *Cherchez la femme*, ставшее крылатым благодаря роману А. Дюма «Могикане Парижа», получило неожиданное игровое перевоплощение и переосмысление, ср.: *Шерше ля БАБ!* (КП.02.02.2013). Говоря о переосмыслении ПФ, мы имеем в виду его новую гендерную принадлежность. Заметим, что при жизни Б.А. Березовского его имя то и дело становилось предметом обыгрывания и оценки, напр.: *И все-таки это БАБки* (КП.19.04.2003).

Переосмысление ПФ можно увидеть и в следующем примере ЯИ: *В чем сила, БРАТчикова?* (КП.19.01.2012). Предполагается, что читатель должен распознать цитату из фильма «Брат 2», а имен-

но: – *А в чем сила, брат? – А вот в чем! В деньгах вся сила, брат! Деньги правят миром, и тот сильнее, у кого их больше.* В нашем же примере ЯИ с фамилией теннисистки Нины Братчиковой имеются в виду совсем иные ценности.

Строки из известных песен. Анализируя этот тип ПФ, Е.А. Земская отметила, что «чаще всего используются песни советского времени» [4, с. 559]. Полагаем, что этой особенности есть вполне очевидное объяснение: даже в трансформированном виде ПФ должен быть узнаваем читателем, а могут ли быть узнаны большинство современных песен? Вопрос риторический, поэтому и обыгрываются такие строчки, как, например: *Он сказал поЕхали* (Известия. 04.04.2011). Читатели разных поколений без труда узнают слова из песни Юрия Гуляева о Юрии Гагарине: *Он сказал «Поехали!» и махнул рукой.* А о том, почему *е* заменили на *ё*, они узнают из текста статьи, посвященной созданию ё-мобиля.

Большинству читателей наверняка также знакома прекрасная песня ансамбля «Самоцветы», подвергшаяся неожиданной трансформации: *Как прекраСЕН этот КИМ, посмотри!* (КП.12-19.04.2013), где в роли графически выделенного сегмента выступает антропоним – *Ким Ир Сен*.

Другой антропоним, частотность употребления которого в СМИ позволяет отнести его к ключевым словам текущего момента, также стал предметом оценки посредством прецедентности: *Даже если бы «партизанский, януковский собирал бы он отряд»* (КП.28.02.2014). Конечно, в данном случае совпадение кодов адресанта и адресата не столь вероятно, т. к. песня «Смуглянка» – наша история, но как ЯИ в целом, так и игра с ПФ, безусловно, подтверждают тенденцию к интеллектуализации языка газеты [6, с.16], следовательно, реализация контактоустанавливающей функции предполагает работу журналиста по повышению уровня компетенции адресата.

Названия художественных произведений. К разнообразным примерам ЯИ с указанным типом прецедентности, рассмотренным нами в монографии, добавился следующий: *Хождения по му-у-кам* (Известия.14.06.2011), который можно отнести к графической игре. Объяснение же трансформации находим в подзаголовке, ср.: *В Тбилиси начались перебои с говядиной.*

Названия кинофильмов. Время подтвердило верность наблюдений о частотности употребления ПФ этого типа как в нетрансформированном, так и в трансформированном варианте [3, с. 234]. Кроме того, как и в рассмотренном ранее типе ПФ «Прозаические цитаты», здесь также сформировалась прецедентная модель. К примерам *Обыкновенный бушизм*, *Обыкновенный лукашизм*, созданным по модели *Обыкновенный фашизм* (фильм М.Ромма) добавился *Обыкновенный садизм* (Версия, 2011, №27), где *садизм* – это омоним к *садизм*, мотивированному именем собственным *де Сад*, т.к. в нашем случае мотивирующим выступает *сад* (*детский сад*), ср.: *Дефицит дошкольных образовательных учреждений достигает 40 %.*

В другом случае имеет место повтор удачно найденного приема ЯИ, ср.: *МЕССИя невыполнима – 3* (КП.01.10.2010); *МЕССИя-3 выполнима* (КП.11.01.2012); *МЕССИя выполнима* (КП.22–29.11.2014). Если первая часть американского блокбастера «Миссия невыполнима» неизменно выступает в трансформированном виде, то вторая варьируется в зависимости от того, насколько успешно выступает «король футбола XXI в.» Лео Месси. Название другого, также очень известного американского фильма, в трансформированном виде отражает реалии нашей жизни, ср.: *Как УКрасть миллионы?* (АиФ, 2014, № 51), где УК – это Управляющая компания. Полагаем, что аллюзию можно усмотреть и в следующем заголовке: *Пираты XXI века* (Версия, 2013, № 49), ср.: *Пираты Карибского моря.*

Пословицы, фразеологические обороты. Этот тип ПФ представлен в языке СМИ широко и разнообразно, т.к. здесь наиболее вероятно совпадение фоновых знаний адресанта и адресата, нахождение их в «единой системе ценностно-смысловых координат» [1, с. 207]. Правда, порой в результате игры появляются столь причудливые как по форме, так и по содержанию единицы, что распознавание их превращается в непростое, пусть и увлекательное занятие, ср.: *На бескрузье и Джоли Бонд* (Вечерний Ростов. 30.07.2010 – о желании Анджелины Джоли сыграть Бонда в очередной части блокбастера); *Шило в мИшке* (АиФ, 2011, № 45 – о критике партии ЕР («Медведь»)); *Выгоним португальцев в заШЕЙК* (КП.11-18.10.2012 – от *Ирина Шейк*, модель, девушка К.Р оналду); *ОДНИМ МАХНОМ* (Версия,

2012, № 25 – о том, как Шолохов чуть не погиб от руки легендарного батьки); *Поднять на виллы* (Версия, 2012, №37 – о ситуации с недвижимостью российских чиновников за рубежом); *Иван на КОНЬКЕ* (Аиф, 2013, №52 – о конькобежце Иване Скобреве).

Обратим внимание на то, что в приведенных примерах представлены самые разнообразные типы ЯИ – словообразовательная (*бескрузье*), морфологическая (*махном*), графическая (*взаШЕЙК*), орфографическая (*виллы*), сочетание графической и орфографической (в *миШке*).

Таким образом, предложенный в работе подход к прецедентности позволяет говорить о том, что игровые трансформации ПФ многофункциональны: они направлены на выражение не только экспрессивной, рекламной, но и оценочной функции.

Литература

1. Бобровская Г.В. Интертекстуальность и фигуры интертекста в публицистическом дискурсе // Интертекстуальность и фигуры интертекста в дискурсах разных типов: кол. монография / науч. редактор Т.Н. Колокольцева. М.: ФЛИНТА–Наука, 2014. С. 203–220.
2. Гудков Д.Б. Прецедентные феномены в текстах политического дискурса // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учеб. пособие. М.: Изд-во МГУ, 2003. С. 141–160.
3. Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М.: Флинта, 2009.
4. Земская Е.А. Язык как деятельность. Морфема. Слово. Речь. М.: Языки славянской культуры, 2004.
5. Намитокова Р.Ю., Нефляшева И.А. Семантико-словообразовательный потенциал прецедентных текстов на газетной полосе // Русский язык: исторические судьбы и современность: II Междунар. конгресс исследователей русского языка: Труды и материалы. –М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. С.437–439.
6. Петрова Н.Е., Рацибурская Л.В. Язык современных СМИ: учеб. пособие. М.: Флинта–Наука, 2011.



Transformation for precedent phenomena as the way of implementation of playing and evaluation origins (based on the modern Russian mass media)

*There is analyzed the language pun with precedent phenomena in the language of the modern Russian mass media.
There are considered the types of precedent phenomena which are peculiar for mass media language, as well as their playing
transformations that are the result of the use of the mechanisms of word-formative, graphic, spelling pun.*

Key words: mass media language, precedent phenomenon, language pun, evaluation.