

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ЗАГОЛОВКАХ РОССИЙСКИХ ONLINE-СМИ, ПОСТРОЕННАЯ НА ТРАНСФОРМАЦИИ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРК

Семерджики Валентина Николаевна

кандидат филологических наук, доцент, Кубанский
государственный университет, (г. Краснодар)
tinasem@rambler.ru

Макоедова Надежда Всеволодовна

старший преподаватель, Кубанский государственный
Университет, (г. Краснодар)
Kenja16@yandex.ru

LANGUAGE GAME IN THE TITLES OF THE RUSSIAN ONLINE MEDIA BUILT ON THE TRANSFORMATION OF THE PROVERBS AND SAYINGS

**V Semerdzhidi
N. Makoedova**

Summary: The purpose of the research is to study the language game in the titles of the Russian online media built on the transformation of the precedent texts. The scientific novelty of the research is in the investigation of the game field in the titles of the Russian online media based on the transformation of the proverbs and sayings. The study revealed that the language game in the titles is based on such ways of transformations as the replacement of one or two key words, antonymous replacement, antonymous replacement and lexical addition, replacement with a low degree of preservation of a precedent text, lexical addition, lexical omission. The language game built on these transformations increases the expressive potential of a title, its pragmatic intention because it forms an associative connection of ideas, helps create a vivid memorable image, which draws the attention of a recipient.

Keywords: language game, precedent text, title, transformation, proverbs, sayings.

Аннотация: Основная цель исследования – выявление способов трансформации прецедентных текстов в заголовках российских online-СМИ. Научная новизна заключается в рассмотрении игрового поля заголовка, сформированного за счёт трансформации пословиц и поговорок в названиях российских online-СМИ. Результаты исследования позволили выявить следующие виды трансформаций: замена (замена одного или двух ключевых слов, антонимичная замена, антонимичная замена и лексическое дополнение, замена с низкой степенью сохранения прецедентного текста), лексическое дополнение, лексическое опущение. Языковая игра, основанная на данных трансформациях, повышает экспрессивный потенциал заголовка, его прагматическую направленность, поскольку формирует ассоциативную связь идей, помогает создать более яркий и запоминающийся образ, что привлекает внимание реципиента.

Ключевые слова: прецедентный текст, языковая игра, заголовок, трансформация, пословицы, поговорки.

Введение

Актуальность статьи заключается в необходимости исследования такого способа языковой игры, как трансформация прецедентных текстов в заголовках русскоязычных online-СМИ, что вовлекает реципиента в когнитивную игру и представляет интерес для межкультурной коммуникации.

Объектом исследования являются заголовки русскоязычных online-СМИ, содержащие в своей структуре трансформированные пословицы и поговорки.

Предмет исследования – виды лексических трансформаций пословиц и поговорок в заголовках русскоязычных online-СМИ.

В этой связи в работе поставлены следующие задачи:

1. исследовать понятие «прецедентный текст»;
2. провести выборку заголовков online-СМИ, построенных на трансформированных пословицах и поговорках;

3. классифицировать русскоязычные заголовки по способу трансформации пословиц и поговорок.

В статье использованы следующие методы: сплошная выборка, лингвистический и контекстуальный анализ.

Теоретическую базу исследования составили статьи Н.В. Баско (2020), Е.М. Верещагина и В.Е. Костомарова (1990), И.В. Высоцкой и Е.Ю. Перфильевой (2010), Л.И. Гришаевой (2008), М.В. Захаровой (2010), Ю.Н. Караулова (2007, 2010), Д.С. Ташимхановой (2010).

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты можно использовать на лекциях и семинарских занятиях по теории языка, а также на занятиях по практике языка.

Обсуждение и результаты

Любое заглавие, несмотря на свою лаконичность, является первым композиционно-смысловым элементом текста, который подготавливает читателя к восприятию

информации, создаёт повышенную мотивацию. Заглавие служит сигналом, направляющим внимание читателя на перспективное изложение мысли [7, с. 67].

А поскольку в интернет-изданиях читатель не видит полного текста, то импульсом для решения открыть статью для чтения является именно заголовок. В этой связи информационное пространство побуждает журналистов повышать экспрессивность заголовков, создавать интригующий эффект для усиления воздействующего потенциала публицистических статей. В результате авторы часто используют в заголовке прецедентные тексты.

Понятия «прецедентность» (от лат. *praecedentis* – предшествующий), «прецедентный текст» и «прецедентный феномен» стали объектами внимания современной лингвистики.

Основоположник термина *прецедентный текст* Ю.Н. Караулов даёт следующее определение этому термину: «тексты, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверх личностный характер, т.е. хорошо известные и широко окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [6, с. 216]. Ученый отмечает: «знание прецедентных текстов есть показатель принадлежности к данной эпохе и ее культуре, ...» [там же].

Такого же мнения придерживается и Н.В. Баско, считая прецедентные тексты уникальным языковым механизмом, отсылающим реципиента к фоновым знаниям, которые в свою очередь являются основой национально культурного уровня владения языком [1, с.401].

Гришаева Л.И. подчеркивает, что прецедентные тексты обладают громадным потенциалом и эффективностью, «так как они являются своего рода метафорой и тем самым образны и крайне выразительны; поэтому в силу общеизвестности тексты обсуждаемого типа в состоянии направлять деятельность адресата, влиять в определенном, нужном адресанту направлении на адресата, при этом такого рода воздействие не всегда бескорыстно со стороны адресанта» [4, с. 121].

Узнаваемость прецедентных текстов объясняется благодаря таким отличительным особенностям, как хрестоматийность, образцовость, устойчивость, эмоциональная и познавательная ценность. Поскольку прецедентные тексты содержат исторические, культурные и этнические знания о мире, то они являются вербальным кодом культуры, отражающим специфику национально-го мировидения.

Источниками прецедентных текстов являются литера-

турные произведения, фильмы, песни, поговорки, пословицы и т.д. Именно пословицы и поговорки как источник народной мудрости отличаются, по мнению Е.М. Верещагина и В.Г. Костомарова, авторитетностью [2, с. 98].

Отметим, что намеренное и целенаправленное изменение существующих в языке прецедентных текстов ведет к появлению трансформированных прецедентных текстов, т.е. к языковой игре. Это явление стало настолько популярно, что к нему обращаются журналисты, поэты-сатирики, рок-музыканты, барды.

В данном исследовании рассмотрим заголовки online-СМИ, содержащие в своей структуре трансформированные пословицы и поговорки для усиления выразительности и привлекательности текста.

Использование таких трансформированных народных афоризмов в газетном тексте – это лингвистическое и культурологическое явление, так как за ними стоят национально-детерминированные минимизированные представления, известные большинству членов данного лингвокультурного сообщества.

Понимание трансформированных афоризмов удачно состоится только при наличии у читателя фоновых знаний, позволяющих ему распознать в тексте закодированную информацию и разгадать интенцию автора. Таким образом, заголовки, содержащие трансформированные пословицы и поговорки, способствуют креативному мышлению реципиента.

Такой заголовок является концентрированной моделью, которой свойственны такие особенности, как устойчивость, клишированность, узнаваемость, что формирует ассоциативную связь идей, помогает создать более яркий и запоминающийся образ, оказывает более эффективное воздействие на адресата.

- Ташимханова Д.С. справедливо отмечает: «Различные трансформации, обыгрывание фразеологизмов позволяют вносить стихию экспрессивности, выразительности, юмористический элемент в текст либо придать каламбурное звучание фразеологизму» [8].
- Согласимся с мнением М.В. Захаровой о том, что грамотный, эрудированный читатель, при виде трансформированной фразы, оказывается вовлеченным в двойную игру, связанную с выявлением происхождения цитаты и ее «контекстуальным шлейфом» [5, с. 35], что активизирует мыслительную деятельность читателя, который из реципиента превращается в активного коммуниканта.

Далее проанализируем способы трансформации прецедентных текстов, в результате которых появляется вторичный текст. (Таб. 1.)

Таблица 1.

Способы трансформации пословиц и поговорок.

Способы трансформации	Прецедентный текст	Вторичный текст
Замена одного или двух ключевых слов	Долг <i>платежом</i> красен.	Долг <i>процентом</i> красен («Бизнес-класс» №7, 2014)
	<i>Сила</i> есть – ума не надо.	<i>Крыша</i> есть, ума не надо («Аргументы и факты» №18, 2011)
	<i>Концы</i> в воду.	<i>Грехи</i> в воду! («Аргументы и факты» №10, 2006)
	Язык до <i>Киева</i> доведет.	Язык до <i>Кембриджа</i> доведет (Газета «РТВ-3 представляет», №51 (1148) от 18 декабря 2015)
	<i>Москва</i> слезам не верит.	<i>ЕГЭ</i> слезам не верит («Мир новостей» №21, 2010)
	<i>Сила</i> есть – ума не надо.	<i>Пруха</i> есть, ума не надо («Аргументы и факты» №89, 2013)
	<i>Повторение</i> – мать учения.	<i>Отчисление</i> – мать учения («Аргументы и факты» №78, 2010)
	Береги <i>честь</i> смолоду.	Береги <i>ноги</i> смолоду («Мир новостей» №13, 2009)
	Век живи – век <i>учись</i> .	Век живи – век <i>люби</i> («Собеседник» №26, 2010)
	Один в поле не <i>воин</i> .	Один в поле не <i>ежик</i> («Аргументы и факты» №6, 2006)
	Готовь сани летом, а <i>телегу</i> зимой.	Готовь сани летом, а <i>аккумулятор</i> осенью («Комсомольская правда» №155, 2009)
Замена с низкой степенью сохранения прецедентного текста	Гром не <i>грянет</i> , мужик не перекрестится.	Гром <i>грянул</i> , перекрестился ли мужик? («Пятигорская Правда» 19.08. 2010)
Антонимичная замена	Солдат <i>спит</i> , служба идет.	Солдат <i>не спит</i> , служба идет (http://www.popmech.ru от27.10.10)
	<i>Победителей</i> не судят.	<i>Победителей</i> судят («Мир новостей» №47, 2009).
	На вкус и цвет товарища <i>нет</i> .	На вкус и цвет товарищи <i>есть</i> («Собеседник» №17, 2009)
	Язык мой – <i>враг</i> мой.	Язык мой – <i>друг</i> мой («Московский комсомолец» № 47, 2009)
	<i>Не</i> судите и <i>не</i> судимы будете.	Судите. И судимы будете. (Парламентская газета, М2011)
Антонимичная замена + дополнение	После драки кулаками <i>не машут</i> .	После драки кулаками <i>машут уже в судах</i> (Труд 25 Ноября 2022)
Лексическое опущение	Готовь <i>сани</i> летом, а телегу <i>зимой</i>	Готовь <i>камин</i> летом («Комсомольская правда» от 13.09.10)
Лексическое дополнение	Хлеб всему голова.	Хлеб всему голова <i>или головная боль</i> («Собеседник» №32, 2008)
	Горбатого могила исправит.	«Горбатую <i>гору</i> » могила исправит («Коммерсант» № 9. 2008)
	Не в деньгах счастье.	Не в <i>бешеных</i> деньгах счастье («Собеседник» №29, 2009)

Наш анализ показывает, что наиболее часто при трансформации прецедентных текстов встречаются замены одного или двух ключевых слов (*платежом* – *процентом*, *сила* – *крыша*, *концы* – *грехи*, *телегу зимой* – *аккумулятор осенью* и др.), что не умаляет накал языковой игры.

Далее следуют антонимичные замены: утвердительная форма глагола заменяется отрицательной (*спит* – *не спит*), отрицательная форма глагола заменяется утвердительной, (*не судят* – *судят*), существительные заменяются антонимами (*враг* – *друг*).

Согласимся с мнением И.В. Высоцкой и Е.Ю. Перфильевой, что языковая игра, построенная на отрицании, ярче «поскольку, влечет за собой более ощутимые семантические изменения» [3, с. 122].

Целенаправленная замена с низкой степенью сохранения прецедентного текста (Гром *грянул*, *перекрестился ли мужик?*) достигнута за счет антонимичной замены

(*не грянет* – *грянул*), грамматической замены (глаголы будущего времени заменены глаголами прошедшего времени: *грянет* – *грянул*, *перекрестится* – *перекрестился*), изменения порядка слов в предложении и замены утвердительной формы предложения на вопросительную создает драматический эффект и побуждает к размышлению. Понимание данного заголовка доступно реципиенту благодаря его фоновым знаниям и параллелизму конструкций исходного и вторичного текстов.

Отметим, что в трансформированном варианте прецедентные тексты предполагают особую чувствительность реципиента к различным способам трансформаций, порождающих каламбур.

Заключение

Данное исследование позволяет нам сделать следующие выводы:

— прецедентный текст – это минимальный культур-

ный знак, которому свойственна хрестоматийность, образцовость, устойчивость, эмоциональная и познавательная ценность, узнаваемость;

- трансформированный прецедентный текст – это модифицированный автором вторичный текст, каламбур, которому свойственны прагматический потенциал, интрига, основанная на фоновых знаниях реципиента, его межкультурной компетенции.

Анализ отобранных трансформированных русскоязычных заголовков позволил выявить следующие виды трансформаций:

- замена одного или двух ключевых слов;

- антонимичная замена;

- антонимичная замена + лексическое дополнение;

- замена с низкой степенью сохранения прецедентного текста;

- лексическое дополнение (экспликация);

- лексическое опущение (импликация).

Итак, заголовки, построенные на трансформированных прецедентных текстах (поговорах и поговорках), приводят к появлению новых смыслов, дают образную характеристику и оценку публикуемому материалу, формируют ассоциативные связи, создают лирический, иронический, комический или драматический эффект, повышают экспрессивность текста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баско Н.В. Прецедентные тексты из сферы «кино» в российских СМИ: лингвистический и методический аспекты. Преподаватель XXI век. М.: 2020. ч.2. http://prepodavatel-xxi.ru/sites/default/files/393403_0.
2. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании. М.: 1990. 246 с.
3. Высоцкая И.В., Перфильева Е.Ю. Типология способов трансформации прецедентного текста в газетном заголовке. Вестник НГУ. Серия: История, Филология. 2010. Том 9, выпуск 6: Журналистика.
4. Гришаева Л.И. Прецедентный текст как универсальное средство передачи и хранения культурной информации. Политическая лингвистика 1(24) '2008 <https://politlinguistika.ru/images/1-2008/17.pdf>
5. Захарова М.В. Языковая игра (современный этап) // Вестник Московского городского педагогического университета. 2009. № 1. С. 34–38.
6. Караулов Ю. Русский язык и языковая личность. М., 2010. С. 215.
7. Семерджиди В.Н. Семиотические закономерности функционирования феноменов паралингвистики в дидактических текстах: на материале русского и английского языков. Дис. канд. филол. н. / Семерджиди В.Н. – Краснодар, 2008. 257 с.
8. Ташимханова Д.С. Фразеологизмы как источник прецедентных текстов. Филологические науки /7. Язык, речь, речевая коммуникация. http://www.rusnauka.com/35_0INBG_2010/Philologia/75702.doc.

© Семерджиди Валентина Николаевна (tinase@rambler.ru), Макоедова Надежда Всеволодовна (Kenja16@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»