

INTERTEKSTUAL BOSMA SARLAVHALARDA OLDINGI MATNLARNI SEMANTIK RAVISHDA YANGILASH**СЕМАНТИЧЕСКАЯ АКТУАЛИЗАЦИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ТЕКСТОВ В ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫХ ЗАГОЛОВКАХ ПЕЧАТИ****SEMANTIC ACTUALIZATION OF PRECEDENT TEXTS IN INTERTEXTUAL HEADINGS OF THE PRESS****Хегай Валентина Михайловна¹**¹Узбекский государственный университет мировых языков, кандидат филологических наук, доцент**Annotatsiya**

Muallif ushbu xabarnomaning “Intertekstual bosma sarlavhalarda oldingi matnlarni rasmiy ravishda yangilash intertekstual bosma sarlavhalarda oldingi matnlarni rasmiy ravishda yangilash” nashrida boshlagan intertekstual bosma sarlavhalarda oldingi matnlarni yangilash texnikalarini ko‘rib chiqishda davom etmoqda (2023, 2-son, 800-803 b.). Ushbu maqola pretsedent matnni ko‘pma‘nolilik, antonimiya, omonimiya, paronimiya va paronomaziya asosida o‘zgartirish kabi semantik usullarga bag‘ishlangan.

Аннотация

Автор продолжает рассмотрение приемов актуализации прецедентных текстов в интертекстуальных заголовках печати, начатое им в публикации данного вестника «Формальная актуализация прецедентных текстов в интертекстуальных заголовках печати» (2023, № 2, с. 800-803). Данная статья посвящена семантическим способам преобразования прецедентного текста – на основе многозначности, антонимии, омонимии, паронимии и паронимазии.

Abstract

The author continues to consider the methods of updating precedent texts in intertextual headings of the press, which he began in the publication of this bulletin “Formal actualization of precedent texts in intertextual headings of the press” (2023, No. 2, p. 800-803). This article is devoted to semantic ways of transforming a precedent text – based on polysemy, antonymy, homonymy, paronymy and paronomasia.

Kalit so‘zlar: intertekstuallik, media tili, media matn, semantik yangilash, pretsedent matnlar, transformatsiya, ko‘pma‘nolilik, antonimiya, omonimiya, paronimiya, paronomaziya.

Ключевые слова: интертекстуальность, медиаязык, медиатекст, семантическая актуализация, прецедентные тексты, трансформация, полисемия, антонимия, омонимия, паронимия, паронимазия.

Key words: intertextuality, media language, media text, semantic actualization, precedent texts, transformation, polysemy, antonymy, homonymy, paronymy, paronomasia.

ВВЕДЕНИЕ

Данная статья является продолжением публикации данного журнала «Формальная актуализация прецедентных текстов в интертекстуальных заголовках печати» [1: 800-803], в которой были рассмотрены такие формальные преобразования исходного текста, как замена слова, изменение грамматических значений слов и синтаксической структуры предложения, а также редукция. В данной статье рассматриваются способы семантической актуализации прецедентных текстов в печатных заголовках, одним из которых выступает языковая игра, основанная на таких лингвистических явлениях, как полисемия, омонимия, антонимия, паронимия и паронимазия.

Термин «интертекстуальность» и соответствующее ему понятие активно используются в научном пространстве, чаще, чем другие, близкие по значению термины. На предпочтительность данного термина обращает внимание Н.Н. Белозерова: по ее мнению, термин «интертекстуальность» по своей точности, краткости и мотивированности приближается к идеальному термину; он заменил такие описательные названия, как влияния, источники, традиции, следования образцу, «развитие не от отца к сыну, а от дяди к племяннику», которые расплывчаты по своей семантике и часто используются с оттенком оценочности [2: 8].

К списку менее популярных терминов можно отнести термин «текстовые реминисценции», под которыми А.Е. Супрун понимает осознанные или неосознанные, точные или преобразованные цитаты или иного рода отсылки к известным ранее произведенным текстам в составе более позднего текста [3: 17]. Это же касается термина «схождения», под которым Б.В. Томашевский понимал: 1) сознательную цитацию; 2) бессознательное воспроизведение литературного шаблона; 3) случайное совпадение [4].

Поскольку, как говорилось в упомянутой выше статье автора, в лингвистических (как, впрочем, и в литературоведческих) исследованиях представлены разные точки зрения на понятие интертекстуальности и прецедентности, считаем целесообразным повторить, что придерживаемся мнения В.Е. Чернявской, согласно которому интертекстуальность представляет собой «взаимодействие текстов и/или их фрагментов как в плане содержания, так и в плане выражения» и «способ, которым один текст актуализирует в своем внутреннем пространстве другой» [5: 49]. В отношении прецедентных текстов нами принимается точка зрения Ю.Н. Караулова, который считает прецедентными следующие тексты: 1) «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношении, 2) имеющие личностный характер, т.е. хорошо известные широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, 3) такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [6: 216].

Интертекстуальность является одним из самых ярких и востребованных приемов выразительности в современном медиаязыке. Нагляднее всего она проявляется в заголовке, занимающем особую позицию в любом тексте, в том числе газетном, способствуя тому, чтобы привлечь внимание к публикации еще до ее прочтения. Как верно заметила О.В. Пыстина, «газеты чаще всего прибегают к языковой игре в заголовках: нетрадиционная организация языковых элементов в сильной позиции текста снимает автоматизм при восприятии фактов языка и за счет дополнительных ассоциаций усиливает содержательную глубину изложения» [7: 203].

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Источником языкового материала для рассмотрения интертекстуальных заголовков стали российские и русскоязычные узбекистанские газеты конца XX – начала XXI века. В указанных заголовках встречаются разные способы введения в них прецедентных текстов. В данной статье, как уже упоминалось, рассматриваются только те заголовки, в которых прецедентный текст подвергся семантическим преобразованиям, в основе которых лежит языковая игра. Для анализа материала использовались:

- метод сплошной выборки языкового материала;
- описательный метод, основанный на наблюдении, интерпретации и классификации языковых фактов;
- элементы дистрибутивного метода, проявляющиеся в семантико- контекстуальном анализе интертекстуальных заголовков;
- метод сравнения прецедентного текста и интертекстуального заголовка.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Одной из особенностей медиаязыка является языковая игра, которая активно используется в медиатекстах, строится на разнообразных приемах и выполняет многочисленные функции. Особенно интересным представляется использование языковой игры в заголовках, призванных привлечь внимание потенциального читателя.

В данной статье понятие игры слов ограничивается следующим образом: в ее основе лежат полисемия, то есть смысловое соотношение разных значений одного слова; антонимия, то есть столкновение противоположных значений; омонимия, или принцип звукового или графического совпадения разных слов; паронимия и паронимазия, или подобие звучания при имеющемся смысловом различии.

В следующих заголовках обыгрываются разные значения многозначного слова: «**Бегущая по волнам**» (о работе радиостанции «Юность»); «**Звезды зажигают**» (о ценах на новогодний праздник с участием звезд эстрады); «**Блуждающая звезда**» (о пианисте и дирижере Владимире Ашкенази); «**Ваша карта бита**» (о перспективах российской картографии); «**Были сборы недолги**» (о неудаче в прокате американского фильма

TILSHUNOSLIK

«Бандиты»); «В бой идут одни **старики**» (о старении российского авиационного парка); «Печальные вести с **полей**» (о чемпионате России по футболу); «Вот новый **поворот**» (о переделе собственности в цветной металлургии); «**Вывесим** всё...» (о воровстве цветных металлов); «**Дорогая** моя столица» (о ценах на недвижимость в Москве); «Властелин **колец**» (о строительстве Третьего транспортного кольца в Москве). Как показывают приведенные примеры, использование слова в другом значении снимает автоматизм при восприятии заголовка, делая его более выразительным.

Перейдем к отношениям антонимии, которые устанавливаются между текстом-донором и принимающим заголовком. Довольно часто они выражаются словами с противоположным значением, то есть антонимами. Например (прецедентный текст везде следует за заголовком): «Божественная **трагедия**» (о расстреле верующих во время службы в одной из церквей в США) – «Божественная **комедия**» (название поэмы Данте Алигьери); «В ногах правда **есть**» (о ходьбе и беге) – «В ногах правды **нет**» (поговорка); «Химия и **смерть**» (о проблеме химического оружия в России) – «Химия и **жизнь**» (название научно-популярного журнала); «**Плохая** мина при **хорошей** игре» (о результатах российского театрального конкурса) – «**Хорошая** мина при **плохой** игре» (характеристика карточного игрока, с улыбкой играющего плохими картами); «В **своем** пиру похмелье» (о скандалах после Олимпиады 2002 года в Солт-Лейк-Сити) – «В **чужом** пиру похмелье» (поговорка); «Чужие **там** не ходят» (о разделительных линиях в разных странах) – «Чужие **здесь** не ходят» (название российского кинофильма); «Широко **открытые** глаза» (о концерте современной музыки в Москве) – «Широко **закрытые** глаза» (название американского кинофильма); «Этот день мы **отдаляли**, как могли» (о выступлении команды ЦСКА в Евролиге) – «Этот день мы **приближали**, как могли» (слова из песни «День Победы»).

Аналогичного результата достигает использование однокоренных антонимов, созданных при помощи приставок, преимущественно приставки **не-**. Примеры: «**Приходящая** натура» (о современном российском футболе) – «**Уходящая** натура» (название российской телепередачи); «Факультет **нужных** вещей» (о филологическом факультете СПбГУ) – «Факультет **ненужных** вещей» (название романа Ю.О. Домбровского); «Боец **видимого** фронта» (о телевизионном облике советника президента России Андрея Илларионова) – «Бойцы **невидимого** фронта» (описательное название разведчиков); «**Невеселый** Роджер» (о борьбе с пиратским распространением музыкальных записей) – «**Веселый** Роджер» (название флагов, поднимавшихся на пиратских кораблях); «Формула **нелюбви**» (о современном российском хоккее) – «Формула **любви**» (название российского кинофильма).

Отношения противопоставления регулярно выражаются при помощи постановки отрицательной частицы **не** перед сказуемым или главным членом односоставного предложения: «Белые начинают, но **не выигрывают**. Победителей не будет» (основные положения конфликтологии) – «Белые начинают и **выигрывают**» (стандартное задание шахматных этюдов); «Король **не голый**» (о личном состоянии короля Марокко) – «А король-то **голый!**» (фраза из сказки Х.-К. Андерсена «Новое платье короля»); «**Не беги**, Лола, **не беги**» (о том, что у женщин, регулярно совершающих пробежки, снижается плотность костей) – «**Беги**, Лола, **беги**» (название немецкого кинофильма). Завершая рассмотрение языковой игры на основе антонимичных отношений, следует отметить высокую частотность соответствующих примеров.

Еще большую активность проявляет другой прием игры слов, построенный на омонимии. Различают следующие виды языковых омонимов: лексические омонимы, омоформы, омофоны, омографы, синтаксические омонимы [8: 23-24]. Наш материал содержит примеры на разные типы омонимии. Как показывает его анализ, самое широкое распространение получило использование омофонов: «Дети капитана **гранта**» (о конкурсе молодых ученых России) – «Дети капитана **Гранта**» (название романа Ж. Верна); «Тень **«Победы»**» (о гибели теплохода «Победа») – «День **Победы**» (праздник, отмечаемый 9 мая; этот пример одновременно иллюстрирует отношения паронимии: *день – тень*); «Бюджет: бывшее и **Думы**» (об истории прохождения бюджетов в Государственной думе России) – «Бывшее и **думы**»

(название книги А.И. Герцена); «Бедность – не **порог**» (о зонах богатства и бедности в России) – «Бедность не **порок**» (поговорка и название пьесы А.Н. Островского); В чужом **Перу** похмелье (о литературе Латинской Америки в России) – «В чужом **пиру** похмелье» (поговорка); «Вот **кампания** какая!» (о мерах по укреплению законности) – «Вот **компания** какая!» (строка «Песенки друзей» из кинофильма «Веселые путешественники»); «**Глаз** народа» (о планах расширения использования веб-камер) – «**Глас** народа – глас божий» (западно-европейская поговорка, известная с античных времен); ««Джентльмены» **у дачи**» (о проблемах продажи недвижимости в Подмосковье) – «Джентльмены **удачи**» (обозначение пиратов, а также название популярного российского кинофильма); «Что в **вымени** тебе моем?» (о конкурсе машинного доения) – «Что в имени тебе моем?» (строка стихотворения А.С. Пушкина).

Гораздо реже сопоставляются лексические омонимы: «Приемный **покой** нам только снится» (репортаж из сумасшедшего дома) – «И вечный бой! **Покой** нам только снится» (строка стихотворения А.А. Блока); «**Губа** – не дура» (о предполагаемом восстановлении права командиров на административный арест военнослужащих) – «**Губа** не дура» (поговорка). Соотношение омографов представлено одним примером: «**БрОня** крепка» (об оплате бронирования номеров в гостинице) – «**БронЯ** крепка, и танки наши быстры» (строка песни «Марш танкистов» из кинофильма «Трактористы»).

Рассмотрим приемы языковой игры, основанной на паронимии и паронимазии, отличия между которыми обусловлены разницей между паронимами и паронимазами – словами однокорневыми и разнокорневыми [9: 32]. Собранный нами материал демонстрирует небольшое количество примеров на паронимы и большую активность паронимазов, которые обычно отличаются одним звуком, как правило, первым: «Человек **вождя**» (о беседе с композитором Т. Хренниковым в день его 90-летия) – «Человек **дождя**» (название американского кинофильма); «**Вес** попутал» (о проблеме избыточного веса) – «**Бес** попутал» (поговорка); «**Враг** по расчету» (о поражении Слободана Милошевича) – «**Брак** по расчету» (устойчивое выражение); «**Время** белого человека» (о реформировании трансфертной системы в европейском футболе) – «**Бремя** белого человека» (название стихотворения Р. Кипплинга); «Имя им – **регион**» (о телекоммуникационном рынке Северо-Запада) – «Имя им **легион**» (восходит к эпизоду из Евангелия). Реже соотносящиеся паронимазы различаются звуками в середине или конце слова: «Что наша жизнь? **Игла**» (о проблеме наркомании) – «Что наша жизнь? **Игра**» (начало арии Германна из оперы П. Чайковского «Пиковая дама»); «Что написано **Петром**» (о законах Петровской эпохи) – «Что написано **пером**, того не вырубишь топором» (поговорка). Могут паронимазы различаться и количеством звуков: «Ничего **наличного**» (об отношениях России с Международным валютным фондом) – «Ничего **личного**, Сонни» (фраза из американского кинофильма «Крестный отец»); «Мы за **цепной** не постоим» (о ядерной программе Ирана) – «Мы за **ценой** не постоим!» (строка песни из кинофильма «Белорусский вокзал»); «Дожить до **расцвета**» (о финансовых скандалах в США) – «Дожить до **рассвета**» (название российского кинофильма); «Жестокий **роман**» (о выставке графического дизайна в Москве) – «Жестокий **романс**» (название российского кинофильма). Примеров на паронимические отношения между взаимодействующими текстами намного меньше: «Минута **умолчания**» (о десятилетии провала ГКЧП) – «Минута **молчания**» (фразеологизм); «Мосты **провисли** над водами» (о состоянии петербургских мостов) – «Мосты **повисли** над водами» (строка из поэмы А.С. Пушкина «Медный всадник»); «Нас не **угонят**» (о противоугонных системах) – «Нас не **догонят**» (рефрен одноименной песни группы «Тату»). Столкновение паронимов и паронимазов прецедентного текста и заголовка выступает ярким экспрессивным средством, наряду с полисемией и омонимией.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что языковая игра с использованием прецедентных текстов очень активно используется в печатных заголовках. Это обусловлено ее широкими возможностями в усилении экспрессивности и эмоциональности, что способствует привлечению внимания читателей к статье. Поскольку заголовки выполняют как информативную, так и выразительную функцию, журналисты

TILSHUNOSLIK

стремятся сделать их нестандартными, запоминающимися, оригинальными, используя приемы языковой игры. По мнению многих исследователей, языковая игра в языке СМИ стала главной тенденцией их развития [10: 32].

Как показал анализ материала, одним из важнейших ресурсов языковой игры является интертекстуальность, при которой прецедентный текст подвергается формальной и семантической трансформации. Нами были рассмотрены далеко не все случаи семантической актуализации прецедентных текстов в интертекстуальных заголовках печати, так что исследование в данном направлении может быть продолжено. Его важность объясняется тем, что языковая игра и ее приемы должны быть понятны заинтересованному читателю, чтобы быть должным образом воспринятыми им при чтении.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Хегай В.М. Формальная актуализация прецедентных текстов в интертекстуальных заголовках печати // Научный вестник. ФерГУ. – 2023. – № 2. – С.800-803. (Khegay V.M. Formal actualization of precedent texts in intertextual headings of the press //Scientific Bulletin. FerSU. – 2023. – № 2. – P.800-803).
2. Белозерова Н.Н. Интегративная поэтика / Н.Н. Белозерова. – Тюмень: Изд-во Тюменского гос. ун-та, 1999. – 205 с. (Belozerova N.N. Integrative poetics / N.N. Belozerova. – Tyumen: Publishing House of the Tyumen State University, 1999. – 205 p.).
3. Супрун А.Е. Текстовые реминисценции как языковое явление / А.Е. Супрун // Вопросы языкознания. – 1995. – № 6. – С. 17-19. (Suprun A.E. Textual reminiscences as a linguistic phenomenon/A.E. Suprun//Questions of linguistics. – 1995. – № 6. – P. 17-19).
4. Томашевский Б. Теория литературы. Поэтика / Б. Томашевский. – 5-е изд. – М.-Л.: ГИЗ, 1930. – 232 с. (Tomashevsky B. Theory of literature. Poetics /B. Tomashevsky. – 5th ed. – M.-L.: GIZ, 1930. – 232 p.).
5. Чернявская В.Е. Интерпретация научного текста / В.Е. Чернявская. – М.: Изд-во ЛКИ, 2007. – 129 с. (Chernyavskaya V.E. Interpretation of the scientific text / V.E. Chernyavskaya. – M.: Publishing House LKI, 2007. – 129 p.).
6. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 261 с. (Karaulov Yu.N. Russian language and linguistic personality. – M.: Nauka, 1987. – 363 p.).
7. Пыстина О.В. Языковая игра как прием в заголовочных комплексах региональных изданий // Вестник Сыктывкарского ун-та. Серия гуманитарных наук. – Вып. 3. – 2014. – С. 203-212. (Pystina O.V. Language game as a device in the headline complexes of regional publications // Bulletin of Syktyvkar University. Humanities Series. – Vol. 3. – 2014. – P. 203-212).
8. Современный русский язык: учеб. для студ. вузов, обучающихся по спец. «Филология» / Под ред. П.А. Леканта. – 4-е изд., стереотип. – М.: Дрофа, 2007. – 560 с. (Modern Russian language: textbook for students universities studying specialties “Philology” / Ed. P.A. Lekant. – 4th ed., stereotype. – M.: Drofa, 2007. – 560 p.).
9. Краткий справочник по современному русскому языку / Под ред. П.А. Леканта. – М.: Высшая школа, 1991. – 383 с. (A short reference book on the modern Russian language / Ed. P.A. Lekant. – M.: Higher School, 1991. – 383 p.).
10. Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. – 5-е изд., стер. – М.: Флинта, 2015. – 296 с. (Ilyasova S.V., Amiri L.P. Language game in the communicative space of media and advertising. – 5th ed., stereotype. – M.: Flinta, 2015. – 296 p.).

Сведения об авторе

Хегай Валентина Михайловна, доцент кафедры русского языка и методики преподавания Узбекского государственного университета мировых языков; дом. адрес: г. Ташкент, массив Чиланзар, квартал 4, д. 1, кв. 18; дом. телефон: 71-253-81-14; сотовый: 90-324-07-34; E-mail: khegava_l@rambler.ru