

РЕМИНИСЦЕНЦИИ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ

У статті розкрито змістотворні можливості прецедентних текстів у насиченні висловлювань не тільки експлікованими, але і імплікованими і символічними смислами. Здійснюється оцінка якості ремінісценцій у сучасних російських друкованих ЗМІ. Наводяться приклади вдалих і невдалих ремінісценцій. Автор стверджує, що ремінісцентні стереотипи ЗМІ впливають на формування мовної культури соціуму.

Ключові слова: ремінісценції, прецедентні тексти, друковані ЗМІ, концепти, імпліцитні смисли, мовна культура, мовний розвиток соціуму.

Язык средств массовой информации (СМИ) оказывает мощное влияние на речевую практику всех слоев населения, а через язык – и на формирование ценностей и идеалов народа. СМИ – это канал, при помощи которого актуальные общественно-политические вопросы современности, текущей жизни социума оказывают влияние на процесс развития человека [3, 95]; один из важнейших на сегодняшний день информирующий, просвещающий, воспитывающий общественный институт [4, 14]; основной партнер в диалоге с многотысячной аудиторией по самым разным жизненным вопросам. Известно, что структура и языковое оформление любого текста выстраиваются не на пустом месте, а создаются с опорой на текстовую культуру данного социума. Важнейшим элементом этой культуры являются реминисценции, они широко используются в материалах СМИ.

Реминисценции – это точные или преобразованные цитаты ранее созданных, известных выражений, а также использованные (обыгранные) известные широкому кругу носителей языка символические понятия, собственные имена. Слова, фразеологизмы и поговорки, сочетания слов или тексты, лежащие в основе реминисценций, в лингвистической науке получили название прецедентных имен, прецедентных выражений, прецедентных текстов (последний термин введен в научный обиход Ю.Н. Карауловым). Их использование может быть действенным способом повышения эффективности речи и увеличения информационного пространства текста, поскольку они могут выступать в роли репрезентантов текстовых концептов. Например, если журналистский материал об особенностях отдыха россиян летом 2013 года в обстановке почти гражданской войны в Египте предваряет рубрика *Охота пуще неволи* (народная поговорка) и название заметки *Россияне собираются отдохнуть в Египте до последней капли крови* (Мн 20.08.2013) – это впечатляет, потому что известный фразеологизм *до последней капли крови* имеет значение «жертвуя всем, не щадя жизни» и должен сочетаться с глаголами *бороться, биться, сражаться, защищать кого-либо, что-либо*, но уж никак не с глаголом *отдыхать*.

Использование реминисценций часто сочетается с моментами языковой игры, и если это сделано талантливо, фраза значительно расширяет свой информационный объём. Например, в заметке *Уходящие земли?* в рубрике *Всемирный потоп по-русски* известный политолог-аналитик Вячеслав Костиков пишет: *Никто не собирается отнимать у нас Сибирь и Дальний Восток. Мы теряем их сами. Может быть, наводнение промывает мозги, и они (и властные, и оппозирующие) осознают истинную глубину российского потопа* (АиФ 2013, № 34). Удачно трансформирован фразеологизм *вправить мозги* со значением «заставить понять, осознать ошибку, образумиться»: глагол *вправить* заменен глаголом *промыть*, который своей семной структурой связан с понятием «вода», усиливающим впечатление катастрофичности ситуации в парадигме *наводнение – глубина – потоп – вода*. В этом же номере газеты удачно использованы в качестве реминисценций слова-символы *сало* и *горилка*, связанные у россиян с Украиной, в названии рубрики *Без сала и горилки* для материала *Ждать ли торговой войны между Россией и Украиной?*

Состав и качество прецедентных текстов и их реминисценций в любой сфере социальной коммуникации являются показателем, с одной стороны, уровня текстовой культуры народа в целом, с другой стороны, – показателем эрудиции, уровня развития этой языковой компетенции, а также уровнем развития интеллекта и культуры языковой личности. Удачно подобранные (составленные) реминисценции, с учетом прагматических и дискурсивных особенностей речи, могут стать ярким выразительным средством, повышающим ее стилистические качества и иллюкативную силу. Реминисценции всегда были востребованы в книжной (письменной) и устной речи, однако состав текстов-источников реминисценций не статичен, он меняется в то или иное время в силу различных обстоятельств, обусловленных политической, социальной, экономической, культурной ситуацией в обществе. Прецедентные тексты, с одной стороны, отражают ценностные ориентации носителей языка, а с другой, – во многом формируют и определяют эти ориентации.

Например, *Молодежь не хочет идти не только в рядовые Иваны Бровкины, в ефрейторы Биденко, но и как черт от ладана отмахивается от предложений (ранее считавшиеся лестными и престижными) записаться в Штирлицы* (АиФ 2010, № 9). В этом предложении несколько прецедентных форм: 1) *отмахиваться как черт от ладана* – фразеологизм со значением «всеми силами, любыми средствами стремиться избавиться, убежать, отмахнуться от чего-либо» позволяет с большей иллокутивной силой, более экспрессивно, в образной форме выразить семантику оборота *отказывается от предложений стать Штирлицом*. В денотативном содержании фразеологизма заложены яркие символы христианской культуры: чёрт, будучи антиподом господ бога, очень боится ладана – символа религиозных обрядов с курением благовонной смолы (ладана), во всяком случае чёрт никак не может согласиться участвовать в таком обряде. 2) Прецедентные имена: *Иван Бровкин* (персонаж популярных в советское время фильмов «Солдат Иван Бровкин» и «Иван Бровкин на целине»), *ефрейтор Биденко* (положительный герой известной повести о детях на войне Валентина Катаева «Сын полка», обладающий лучшими профессиональными качествами военного разведчика и чертами благородной личности), наконец, суперпопулярный персонаж сериала «Семнадцать мгновений весны» Штирлиц, олицетворяющий образ героя, работающего во внешней разведке, в стане врага. Каждое из этих имен нагружено целым комплексом дополнительных к обозначаемому образу коннотаций, культуросносных сем и социальных смыслов – привлекательность внешняя и внутренняя, романтичность деятельности, героизм, умение находить выход из самых сложных положений, опасных ситуаций и т. п. Эти имена в недавнем прошлом символизировали социальноличностные идеалы, к которым следовало стремиться, и *передовая советская молодежь* стремилась стать похожими на персонажи с этими именами.

Устойчиво воспроизводимые прецедентные выражения являются артефактами национальной текстовой культуры, а ментальная репрезентация этих артефактов связана с концептами этой культуры, тем самым реминисценции оказываются важным способом апелляции к текстовым концептам и кодам культуры в любом дискурсе [1, 5]. Прецедентные выражения транслируют многим поколениям знания и опыт, значимые факты, случаи, известные имена, персонажи литературных произведений и т. п., ставшие символами какой-либо эпохи, причем, не только отдельной национальной культуры, но, возможно, и мировой, планетарной. Прецедентные высказывания могут отсылать к культурам глубокой древности как своеобразная общечеловеческая память о бывших цивилизациях, народах, событиях, выдающихся личностях и т. д. (например, выражение *Карфаген должен быть разрушен* – финальные слова речей в сенате римского полководца Катона (годы его жизни 234 – 149 до н. э.), символизирующие необходимость искоренения какого-либо зла; *Калиф (Халиф) на час* – выражение из арабской сказки сборника «Тысяча и одна ночь» (XV век), употребляется в значении «властелин, хозяин на короткое время».

В дискурсах того или иного исторического периода прецедентные тексты и их реминисценции отражают систему ценностей народа, которая передается через символические тексты в форме отсылки к первоисточнику, бывшему событию, случаю, фразе и т. п., активизируя действующие как на протяжении веков, так и на протяжении короткого времени информативные культурные коды. Ведь культурная маркированность процесса категоризации знаний и их оценки отражается в том, как они интерпретированы в языке. Поэтому прецедентные тексты и их реминисценции оказываются своего рода базовым механизмом как текстовой деятельности, так и дискурсивной практики, обусловленной определенной социально-культурной данностью.

Кроме того, реминисценции реализуют интертекстуальные связи в практике текстопорождений, в том числе в общении, люди часто обращаются к словам других людей для реализации самых разных коммуникативных стратегий и тактик своего дискурса. «Откуда эта потребность подбирать чужие слова? Свои слова никогда не могут удовлетворить; требования, к ним предъявляемые, равны бесконечности. Чужие слова всегда находка, их берут такими, какие они есть; их все равно нельзя улучшить или переделать. Чужие слова, хотя бы отдаленно и неточно выражающие вашу мысль, действуют как откровение или как давно искомая и обретенная формула» [2, 356].

По нашему мнению, прецедентными можно назвать и такие конструкции, которые легли в основу новых, создаваемых на их основе высказываний, несмотря на то, что они использовались вслед за первоисточником без многолетней воспроизводимости на том основании, что свою интертекстуальную функцию высказывания-доноры реализовали в дискурсивном контексте. Например, *Говоря о причинах поражения в Ванкувере, президент Дмитрий Медведев сказал, что «в спорте закончился ресурс советской эпохи». Анализ правильный. Но и очень тревожный. Ведь ресурс советской эпохи кончается и во многих других сферах. Чтобы избежать новых «ванкуверов», важно понять, в каких* (АиФ 2010, № 10). Кроме обыгранной прецедентной конструкции о заканчивающихся ресурсах советской эпохи, автором текста удачно переведено слово *Ванкувер* из разряда собственных имен в разряд слов-символов, вербализующих уже лингвокультурный

концепт национальной боли и унижения от несостоявшихся амбициозных ожиданий спортивных побед на Всемирных олимпийских состязаниях в канадском городе Ванкувере. Название этого города стало памятным знаком очень неприятной ситуации, в которой оказалась наша страна в десятых годах ХХI века, и тем самым слово стало выразителем своеобразной морально-ценностной категории социума, поскольку его интерпретационное поле значительно расширилось. Прецедентные структуры в этом тексте «помогли» зафиксировать в языке социально важную эмотивную информацию, недосказанную, недовыраженную, глубинный смысл которой не вынесен на поверхность смысловой структуры этого контекста. Он «упакован» в реминисценции, и он важнее, главнее сказанного явно и выраженного специальными словами.

Следует заметить, что любой текст рассчитан на определенного адресата. Это обстоятельство предопределяет выбор как содержания, так и формы его вербального представления. Распространение в языке СМИ реминисценций из жанров масскультуры основывается на сходстве фонда общих знаний адресанта и адресата, а также опирается на учет способности адресата понимать текст. Перечень текстов-источников реминисценций в СМИ позволяет предположить, что обращение к реминисценциям в СМИ сопровождается апелляцией к литературным и культурологическим знаниям адресата усредненного типа. Наш материал убеждает нас в том, что современная журналистика при отборе и комбинировании языковых средств опустилась до уровня среднего обывателя с невысоким культурным потенциалом и огрубленным языковым вкусом, к сожалению.

Тексты СМИ не должны сужать культурное пространство современных носителей языка. Однако тексты современных СМИ не всегда и не во всем отвечают своему назначению не только информировать читателя, но и воспитывать, окультуривать его, насаждать и развивать лучшие этические, эстетические и коммуникативные традиции своего народа. Наше исследование показало, что авторы газетных материалов не озабочены точностью документирования источника реминисценции. Например,

В России две беды...(заголовок). Еще Некрасов подметил: «В России две беды – дураки и дороги». В Старом Осколе в последнее время уделяют повышенное внимание дорогам, это замечают все. Но думается, что некоторое количество вторых героев некрасовского высказывания в Осколе еще осталось... (Ж-б 2001, № 37).

(...) писал Гоголь, в России две беды: дураки и дороги. Так хочется добавить: и власть, мешающая нам вырастить добрых, умных, отзывчивых детей, способных сострадать (Жп 1999, № 64).

В газетных материалах мы наблюдаем разнообразие имен, кому приписывается фраза *в России две беды: дураки и дороги...* Обычно разным русским писателям дореволюционного времени: Г. Р. Державину, Н. М. Карамзину, А. С. Пушкину, Н. В. Гоголю, Н. А. Некрасову, П. А. Вяземскому, И. А. Бунину. По данным же «Службы справки русского языка Института русского языка им. В. В. Виноградова Академии наук Российской Федерации, это апокрифическая фраза (то есть, с неустановленным автором) [internet: АНРФ, справка № 97484].

Впрочем, при неозабоченности об источнике фразы её могут и удачно использовать. Например, *Раньше у России было две беды – дураки и дороги. Но когда дураки накупили машин и стали ездить по нашим дорогам, бед стало много.*

Современный журналист не знает и таких реминисценций, которые еще не так давно назывались заучивались в школе, фраз из очень популярных произведений в недалеком прошлом, а главное, – он не только не озабочен узнаванием их авторства, но и не стесняется этого. Например,

Лето дается человеку один раз. В году. И прожить его надо так, чтобы потом не было мучительно больно за бесцельно прожитые месяцы. Это сказал кто-то из классиков. Ну, может, он сказал не так или имел в виду что-то другое, но позволим себе этот вольный пересказ... (Жп 2000, № 170). Ср.: Самое дорогое у человека – это жизнь. Она дается ему один раз, и прожить ее надо так, чтобы не было мучительно больно за бесцельно прожитые годы, чтобы не жег позор за подленькое и мелочное прошлое и чтобы, умирая, смог сказать: вся жизнь и все силы были отданы самому прекрасному в мире – борьбе за освобождение человечества... (цитата из романа Николая Островского «Как закалялась сталь»). Возможно (но это только наше предположение), первоисточником этих размышлений о смысле жизни является фрагмент из повести А. П. Чехова «Рассказ неизвестного Человека»: Я верю, следующим поколениям будет легче и видней; к их услугам будет наш опыт. Но ведь хочется жить независимо от будущих поколений и не только для них. Жизнь дается один раз, и хочется прожить ее бодро, осмысленно, красиво. Хочется играть видную, самостоятельную, благородную роль, хочется делать историю, чтобы те же поколения не имели права сказать про каждого из нас: то было ничтожество или хуже того...

В современных СМИ часто искажаются фразы из классических произведений, относящихся к числу самых известных, являющихся достоянием национальной культуры, к своего рода на-

циональным святыням русского народа. Цель подобного искажения ясна (достичь смехового эффекта, показать себя образованным человеком, украсить свой текст и т.п.), но вряд ли такая цель оправдывает средства. Например,

Депутаты пересмотрели празднички. Но своеобразно. По их поправкам к Закону «О днях воинской славы России», мы теперь, например, День Бородина будем встречать на день раньше, чем была сама битва. Дядя Лермонтова, проведя сутки в пустом поле, сказал бы по этому поводу: «Забил снаряд я в пушку туго и понял – не дождусь я друга...» (Жп 2003, № 216).

Такое небрежное обращение с национальным культурным фондом (в данном случае с прецедентными текстами) не расширяет культурного кругозора носителей языка, а способствует его сужению. На наш взгляд, должно быть наоборот, СМИ должны выбрать курс на сохранение культурного фонда нации, поскольку на современном этапе СМИ представляют наиболее доступный источник информации для носителей языка. Они могли бы формировать языковую культуру социума. Для этого следует создавать тексты, повышающие уровень образованности читателей, укрепляющие ценностные ориентиры в жизни. Реминисценция призвана вызывать положительные эмоции, а не раздражать читателя, когда она употребляется в нелепо искаженном виде и только в качестве средства создания речевой агрессии или юмора для некоторой непритязательной в этом отношении части населения.

Итак, на данном этапе развития культуры общества СМИ довольно часто создают и поддерживают реминисцентные стереотипы массовой и популярной низовой культуры, которые оказывают влияние на формирование предпочтений, вкусов повседневного дискурса. К сожалению, СМИ иногда поставляют нам искаженные реминисценции низкого эстетического качества, грубый и вульгарный языковой материал, аналогичный тому, что тиражируется современной смеховой эстрадой. Например, *Хорошо смеется тот, кто смеется, как лошадь; Чем дальше в лес, тем больше извращенцев; Секс без дивчины – признак дурачины; Реклама: «Чупа-чупс! Мы научим сосать весь мир!»; Умом ты можешь не блистать, но сапогом блистать обязан* и тому подобные выражения встречаются в наших газетах. При таком использовании реминисценций в СМИ трудно предположить, в каком виде они дойдут до следующего поколения и что останется в наследство следующим поколениям от культурного и языкового богатства реминисценций.

Язык массмедийной коммуникации оказывает прямое влияние на речемыслительное развитие россиян и на формирование разных типов языковых личностей в современном обществе. Тем самым СМИ приобщают носителей языка к языковому творчеству, к языковой активности. Возбуждая креативный план интеллектуальной деятельности, СМИ создают стереотипы жизненных идеологий получателей информации, формирующие общенародную и языковую картины мира. В силу этого работники сферы массовой коммуникации должны относиться к вопросам культуры своей речи с особой ответственностью, с пониманием своей особой значимости в формировании системы ценностей в обществе, с пониманием силы своего воздействия на судьбы своей страны, народа и его языка.

Список использованных источников

1. Слышкин Г. Г. От текста к символу / Геннадий Геннадьевич Слышкин. – М.: Academia, 2000. – 128 с.
2. Гинзбург Л. Я. О старом и новом. Статьи и очерки / Лев Яковлевич Гинзбург. – Л.: Советский писатель, 1982. – 424 с.
3. Дранишников О.П. Фразеологические единицы в средствах массовой информации / О.П. Дранишников // Язык образования и образование языка: Материалы международной научной конференции. – Великий Новгород, 2000. – С. 95-96.
4. Малькова В.К. «Сказанное слово не бывает не услышанным». О языке толерантности и конфликтности в современных СМИ / В.К. Малькова // Мир русского слова – 2002. – № 5 (13). – С. 13-19.
5. Коньков В.И. Круглый стол: «Русский язык в СМИ» МПТР, 1 ноября 2002 года / В.И. Коньков // Мир русского слова. – 2002. – №5 (13). – С. 54-55.

Список использованных печатных СМИ и их обозначений

АиФ	–	газета «Аргументы и факты»
Мн	–	газета «Мир новостей»
Кп	–	газета «Комсомольская правда»
Ж-б	–	газета «Житьё-бытьё»

Summary. The paper reveals the meaning-creating possibilities of precedent texts in saturation statements not only by explicit, but implicit and symbolic meanings. Quality assessment of reminiscences in the modern Russian print media was performed. The examples of successful and unsuccessful

reminiscences were shown. The author argues that reminiscent stereotypes of the media influence the formation of linguistic culture of society.

Key words: *reminiscence, precedent texts, print media, concepts, implicit meanings, speech culture, language development of society.*

УДК 811.161.2=162.1

Л.Ф. Щербачук

ОСОБЛИВОСТІ ЕТНІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЕНАНТІОСЕМІЧНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЇ ТА ПОЛЬСЬКОЇ МОВ

У статті описується репрезентація культурних кодів за допомогою енантіосемічних фразеологізмів української та польської мов із урахуванням універсальних елементів колективної свідомості й етнічних особливостей світогляду.

Ключові слова: *фразеологізм, компоненти фразеологізму, семантика, культурні коди, етнічна культура.*

Характеризуючи основні особливості й значення культури в житті суспільства, лінгвісти визначають важливе місце мови як засобу трансляції культури. При цьому дослідники базуються на положенні В. фон Гумбольдта про вивчення мови в тісному зв'язку з людиною та її культурою. Безперечним виявляється той факт, що в мові віддзеркалюються народні уявлення про світобудову та розвиток культури. Тому *актуальним* видається вивчення мови й культури в одній системі наукових категорій: дослідження через призму етнічних особливостей культури найкультурноніших мовних знаків – фразеологізмів. Кореспонденцію фразеологізму з певними джерелами – живими істотами, артефактами, ментофакторами та ін., які стали предметами окультуреного їх осмислення й оцінювання людиною в процесі життєдіяльності, учені визначають як співвідносність фразеологічних одиниць із кодами культури [1, 99]. Важливо, на нашу думку, також простежити, як репрезентують відповідні культурні коди енантіосемічні фразеологічні одиниці.

Варто зазначити, що окремі аспекти енантіосемії у сфері фразеології були предметом дослідження в працях М. Ю. Бродського [2], В. Л. Іващенко [5], В. Д. Ужченка, Д. В. Ужченка [13], В. С. Червоножки [14], Л. Ф. Щербачук [15] та ін. Однак питання експлікації кодів культури енантіосемічними фразеологічними засобами потребує докладного опису. У чому й вбачаємо новизну пропонованого дослідження.

Предметом аналізу слугують енантіосемічні фразеологізми, зафіксовані у фразеологічних словниках української та польської мов [6; 10; 11; 17; 18].

Мета роботи: через призму енантіосемічних фразеологізмів української та польської мов проаналізувати особливості репрезентації культурних кодів з урахуванням універсальних елементів колективної свідомості й етнічних особливостей світогляду, закарбованих у семантиці мовних одиниць.

Окремі відомості людини про об'єкти спостереження включаються в систему людського знання про Всесвіт загалом з його цілковитим розмаїттям. Архетипні уявлення людини про Всесвіт слугують основою для визначення універсальних базових кодів культури. В. В. Красних серед них виділяє такі різновиди: 1) соматичний (тілесний); 2) просторовий; 3) часовий; 4) предметний; 5) біоморфний; 6) духовний [7, 298]. Умовний список реєстрації кодів відкритий, про що свідчить низка наукових досліджень О. Л. Березович, Т. П. Вільчинської, М. Л. Ковшової, Н. В. Слухай, О. С. Снитко, В. М. Телії та ін. Як показує мовний матеріал, коди культури безпосередньо пов'язані з базовими бінарними опозиціями: разом вони утворюють систему (сітку) найдавніших когнітивних структур, співвідносних з архетипами свідомості, які й сьогодні активно працюють у процесах пізнання та розуміння світу [12, 85].

На думку В. М. Мокієнка [8], В. П. Жуківа [4] та деяких інших науковців, компоненти фразеологізмів не до кінця втрачають свою словесну природу й генетично є словами. Польський дослідник Войцех Хлебда вважає, що компонент фразеологізму має подвійний мовний статус – він є одночасно і словом, і фразеологічним компонентом; у процесі мовлення, будучи компонентом відтворюваного в мовленні стійкого словосполучення, зберігає потенційну відокремленість з усіма наслідками цього [17, 105].