

Фокина Ольга Владимировна

ПСЕВДОЦИТАЦИЯ КАК СПОСОБ СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В СОВРЕМЕННЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

Статья посвящена рассмотрению явления псевдоинтертекстуальности в публицистических текстах, анализу псевдоцитации как способа создания комического эффекта в текстах современных печатных СМИ. Псевдоцитаты выполняют в современных художественно-публицистических текстах юридическую, аксиологическую, рекламную и текстообразующую функции. Данный механизм языковой игры может являться одной из черт идиостиля публициста, что исследуется на примере фельетонов Л. З. Гвоздева.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/5-2/59.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 5 (35): в 2-х ч. Ч. II. С. 211-213. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/5-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_phil@gramota.net

УДК 81'373.611

Филологические науки

Статья посвящена рассмотрению явления псевдоинтертекстуальности в публицистических текстах, анализу псевдоцитации как способа создания комического эффекта в текстах современных печатных СМИ. Псевдоцитаты выполняют в современных художественно-публицистических текстах людическую, аксиологическую, рекламную и текстообразующую функции. Данный механизм языковой игры может являться одной из черт идиостиля публициста, что исследуется на примере фельетонов Л. З. Гвоздева.

Ключевые слова и фразы: псевдоинтертекстуальность; фельетон; языковая игра; псевдоцитата; пародия; апелляция к авторитету.

Фокина Ольга Владимировна, к. филол. н.

Православный Свято-Тихоновский Гуманитарный университет
ofokina@list.ru

ПСЕВДОЦИТАЦИЯ КАК СПОСОБ СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В СОВРЕМЕННЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ[©]

Современная публицистика характеризуется двумя взаимосвязанными тенденциями: гиперболизированной интертекстуальностью и стремлением к языковой игре. Во многих случаях именно интертекстуальные включения различных типов являются материалом языковой игры, но наряду с ними в современной публицистике все чаще используются **псевдоцитаты**, то есть высказывания, созданные автором текста в форме цитаты, приписываемые несуществующему персонажу либо реальному лицу, в действительности не являющемуся автором приведенного высказывания. Например, колумнист газеты «Московский комсомолец» А. Яхонтов в своих публикациях подражает идиостилю Козьмы Пруткина: «*Население подобно попугаю: как затвердит что-нибудь, так и будет потом повторять это затверженное вечно*» [14, с. 8], при этом используются типичные для пруткинских афоризмов синтаксические конструкции и их лексическое наполнение, см. также: «*Еще одно подражание Козьме Пруткину: Российскую историю уподоблю российскому же добротному куску свиной грудки: узенькие прожилки реформ сменяются солидными слоями застойного жира...*» [Там же]. Отношения между частями сложного бессоюзного предложения в этих подражаниях близки к пояснительным: во второй части конструкции раскрывается и комментируется содержание первой части. Предложим для подобного явления термин **псевдоинтертекстуальность**.

Комический эффект при псевдоцитации проявляется в открытом коммуникативных максим Г. П. Грайса, в частности, постулатов категории Качества: 1. «Не говори того, что ты считаешь ложным». 2. «Не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований» [10, с. 222-223]. При этом возникает эффект комического, понимаемого как отклонение от того, что в восприятии читателя является нормой. Как справедливо уточняет М. А. Панина, «комический текст строится на отклонении от когнитивного и языкового стереотипа, который задает определенный способ интерпретации; второй способ интерпретации задает ненормативный элемент текста» [11, с. 8].

Рассмотрим данный приём на примере творчества московского фельетониста Леонида Гвоздева (1945-2006), одной из ключевых особенностей идиостиля которого может быть названа псевдоинтертекстуальность, используемая в качестве ведущей игровой стратегии. Фельетоны Л. З. Гвоздева публиковались в рубрике «Пересмешник», выходявшей еженедельно по четвергам в газете «Московская правда».

Т. А. Сандалова отмечает, что использование чужой речи является одним из текстообразующих факторов данного газетного жанра, поскольку в основе газетного фельетона лежит реальный факт действительности, а не художественный вымысел, именно с помощью цитации достигаются документальность и достоверность излагаемого материала [12].

Использование псевдоцитаты представляет собой один из механизмов пародийного снижения, игрового переосмысления одного из приемов аргументации – апелляции к авторитету. В публицистике апелляция к авторитету нередко служит способом снизить личную ответственность журналиста за сказанное, уклониться от выражения собственного мнения.

Можно выделить несколько групп источников, которым наиболее часто приписываются псевдоцитаты.

1. Носители прецедентных имен – известные политические деятели, ученые, литераторы, полководцы, обладающие «авторитетом имени», – А. С. Пушкин, М. В. Ломоносов, Наполеон, Гиппократ: «*К врачу следует приходить на чистых ногах. Гиппократ. (Из секретного приложения к клятве)*» [1, с. 8].

2. «Авторитетом профессии» обладают философ: «*Когда все начинают думать обо всех плохо и только плохо, общественное мнение оказывается как никогда близко к истине. Сандонавух, древнешумерский философ*» [9, с. 8], поэт, политик, драматург: «*Если ты выстрелишь в прошлое из рогатки, грядущее оставит тебя без сладкого. Древний грек НЕВРИПИТ. Трагикомедия № 7*» [6, с. 8] (косвенное указание на профессию – название литературного произведения *Трагикомедия № 7*). Имя несуществующего автора цитаты создается с использованием механизмов языковой игры: *Сандонавух* – на фонетическом уровне вызывает ассоциацию

с Навуходоносор, Сарданапал; имя *Невритит* может быть «расшифровано» как композит на базе «Еврипид + невропатолог» или образование от игрового разговорного обозначения профессии *неврититолог*.

3. Авторитетом возраста, древности могут обладать представители народа-легенды, культуры, внесшей значительный вклад в развитие общества: древние шумеры, древние греки, западные скифы, Золотая Орда: *«Прежде чем чесать, выясни, отчего чешется. Пословица западных скифов, имевшая затем хождение в Золотой орде»* [5, с. 8]; (см. выше – *Сандонавух, древнешумерский философ*).

4. «Маленький человек», условный носитель общественного мнения, не являющийся в глазах общест-венности авторитетом (продавец, слесарь и т.п.); в этом случае происходит пародийное снижение, ирони-чески обыгрывается сам прием апелляции к авторитету, что приводит к карнавализации текста, при этом «авторитетным лицом» может являться как вымышленный автор, так и лицо, существование которого в принципе возможно: *«Очередь, которую устанавливают находящиеся в ней, всегда изобилует склоками, скандалами и драками. А вот когда порядок определяет тот, к кому стоят, претензий ни у кого не возни-кает. Старший продавец продмага № 7»* [7, с. 8]. В данном случае пародийное снижение достигается путем контраста, возведения в ранг прецедентного высказывания слов продавца продмага № 7, «высокий» социаль-ный статус автора подчеркивается лексемой *старшего*.

В некоторых случаях псевдоцитата совмещает в себе трансформацию реально существующей интер-текстемы и ложную атрибуцию: *«Альты играют, флейты свищут и кресло гнется и скрипит... Малоиз-вестный поэт середины XIX – начала XXI в.»* [4, с. 8] – фельетон о плачевном состоянии Московской кон-серватории, ср.: *«Играют волны, ветер свищет, и мачта гнется и скрипит»* (М. Ю. Лермонтов, «Парус»). Трансформация национально-прецедентного высказывания в сочетании с употреблением предельно широ-ких хронологических рамок (*поэт середины XIX – начала XXI в.*) усиливает иронический эффект.

К псевдоцитатам можно отнести и высказывания с сомнительной атрибуцией, которую невозможно верифи-цировать: *«Покойный генерал Лебедь любил присказку: – Не делайте умное лицо, вы же советский офицер!.. Но мы-то с вами не офицеры...»* [8, с. 8]. Приведенные слова апокрифически приписываются генералу А. Лебе-дю, приведенная фраза неоднократно встречается в сборниках «армейских анекдотов» без отсылки к А. Лебедю.

Псевдоинтертекстуальность сочетается в фельетонах Л. Гвоздева с интердискурсивностью. Это сочетание наряду с созданием комического эффекта может выполнять текстообразующую функцию. Так, фельетон *«Дела идут достаточно хорошо, но недостаточно, чтобы было хорошо»* [2, с. 8] построен по образцу логико-синтаксической схемы сценария телепередачи, прерываемой телерекламой. Размышления об оппозиции и те-невом правительстве чередуются с пародийными псевдоинтертекстуальными отсылками к текстам рекламно-го дискурса: *«(617-й выход —Персмешника” в свет осуществлен при поддержке Фонда —Усиное Перо — Журналисты За Сохранение Журналистских Традиций”. Успешно владеющий языком владеет миром, в ко-тором царит успех!)»* [Там же]. Л. Гвоздевым пародируются традиционные для ряда телепередач обращения к спонсорам, при этом журналист использует типичные структурные схемы: *«(Пользуясь случаем, автор бла-годарит компанию Интертелекомхватсервис за предоставленную бесперебойную громкую связь с внешним окружением. Внутренняя уверенность целиком зависит от внешней информированности!)»*; объектом пародирования также является реклама фирм, предоставляющих одежду телеведущим: *«(Пока вы усваиваете ска-занное выше, автор считает уместным напомнить, что работает в прикиде, безвозмездно арендованном при посредничестве фирмы —Rzmer&Elegant”. По одежке встречают – по уму прогоняют!)»*, а также названия предприятий: *компания Интертелекомхватсервис, консорциум «Все четыре колеса + Запаска», КСК «НетБеде», фирма «Razmer & Elegant»* [Там же]. Заметим, что в фельетоне представлены названия фирм, созданные по типичным моделям: сложносокращенные слова, структуры с амперсандом, аббревиатуры и др. Каждое псевдоинтертекстуальное включение содержит пародийный рекламный слоган, выделен-ный автором подчеркиванием: *«(Транспортные услуги персоналу подразделения —Ирсмешник” обеспечи-вает консорциум —Ве четыре колеса + Запаска”. Моторное масло с ароматом цитрус-урюк делает приятной поездку туда und zurück!)»*; *«(К слову, страхование неосторожных высказываний осуществляет партнер —Персмешника” в финюрсферах – КСК —ИтБеде”. Гарантия бесперебойных высококаларойных передач комфортизирует ожидание правосудия в местах изолированного содержания под стражей!)»* [Там же]. Немаловажна также рекламная функция псевдоцитаты. При использовании в заголовке статьи или в эпиграфе она привлекает повышенное внимание аудитории, заставляя обратиться к тексту в целом.

Нетрадиционный прием – использование псевдоцитаты в сноске: *«Заключительные – наиболее эффек-тные! – строки вполне могли бы быть фоном для вашей рекламы. Спешите. Видное место заполним вме-сте!»* [Там же]. При этом употребляются лексемы, характерные для различных дискурсов и функциональ-ных стилей: наряду с типичными телерекламными клише (*осуществлен при поддержке; пользуясь случаем, автор благодарит компанию за предоставленную...; страхование... осуществляет партнер; гарантия бес-перебойных... и т.д.*) используются элементы разговорной речи, интержаргона и просторечия (*усваиваете, прикид, запаска, высококаларойных* (вм. высококалорийных), *финюрсферы* и др.).

Для создания псевдоинтертекстуального включения фельетонист часто использует механизм интерсти-левого тонирования (термин С. И. Сметаниной [13]): *«У генпрокурора должность такая – безжалостная. А я другой, да и должност моя иная. У меня и в контракте так прямо записано: —.возлагается обязан-ность жалеть больших начальников не реже одного раза в неделю”. Не верите? Жаль, не вправе показать вам контракт...»* [3, с. 8], в котором публицистический функциональный стиль сочетается с официально-деловым, при этом оба подвергаются пародийному снижению.

Таким образом, в современных СМИ развивается явление псевдоинтертекстуальности: псевдоцитаты, как правило, выполняют в современных художественно-публицистических текстах людическую функцию, целью реализации которой является пародийное снижение, высмеивание ложного пафоса, а также аксиологическую, рекламную и текстообразующую функции. При этом публицистический текст выступает в роли развернутого комментария к псевдоцитате; кроме того, псевдоцитацию можно рассматривать в качестве одной из черт идиостиля публициста (в частности, Л. Гвоздева).

Список литературы

1. Гвоздев Л. Голова цела и вертится // Московская правда. 2003. 6 марта.
2. Гвоздев Л. Дела идут достаточно хорошо, но недостаточно, чтобы было хорошо // Московская правда. 2006. 27 апреля.
3. Гвоздев Л. Когда нами вплотную займутся кинологи... // Московская правда. 2006. 8 июня.
4. Гвоздев Л. Конкретизируем классика сатиры // Московская правда. 2003. 30 октября.
5. Гвоздев Л. Пересмешник // Московская правда. 2003. 13 ноября.
6. Гвоздев Л. Пересмешник // Московская правда. 2003. 20 ноября.
7. Гвоздев Л. Пересмешник // Московская правда. 2003. 4 декабря.
8. Гвоздев Л. Почем справка о профнепригодности // Московская правда. 2006. 16 марта.
9. Гвоздев Л. У кладбищенских ворот, или Бога ради не ломайте стебли // Московская правда. 2003. 16 октября.
10. Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. М., 1985. Вып. XVI. С. 217-237.
11. Панина М. А. Комическое и языковое средство его выражения: дисс. ... к. филол. н. М., 1996. 144 с.
12. Сандалова Т. А. Интертекстуальные включения как средство языковой игры в тексте советского газетного фельетона: на материале центр. газет с 1970 по 1991 гг.: дисс. к. филол. н. СПб., 1998. 214 с.
13. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. 383 с.
14. Яхонтов А. Сюжеты // Московский комсомолец. 2004. 4 апреля.

PSEUDO-CITATION AS THE METHOD OF COMIC EFFECT CREATION IN MODERN PRINTED MASS MEDIA

Fokina Ol'ga Vladimirovna, Ph. D. in Philology
St. Tikhon's Orthodox University
ofokina@list.ru

The article is devoted to the consideration of pseudo-intertextuality phenomenon in publicistic texts, the analysis of pseudo-citation as a method of creating a comic effect in the texts of modern printed mass media. Pseudo-citations perform in modern artistic and publicistic texts ludic, axiological, advertising and text formative functions. This mechanism of language game can be one of the traits of publicist's individual style that is studied by the example of L. Z. Gvozdev's satirical articles.

Key words and phrases: pseudo-intertextuality; satirical article; language game; pseudo-citation; parody; appeal to authority.

УДК 821.512.145.091-13

Филологические науки

Статья посвящена одной из широко распространенных среди тюркоязычных народов легенд о Тахире и Зухре. Сюжет возник среди тюркских народов в Средневековье, бытуя в различных вариантах среди казахов, алтайцев, башкир, узбеков, татар, ногайцев и других народов. В них рассказывается о трагической судьбе влюбленных, разлученных по воле родителей. Цель статьи заключается в сопоставлении сюжетно-композиционных особенностей литературных версий Сайяди «Дастан Бабахана» (конец XIV – начало XV в.) и Ахмета Уразаева Курмаши «Кисса-и Тахир и Зухра» (вторая половина XIX в.).

Ключевые слова и фразы: дастан; кисса; литературная версия; лиро-эпическая поэма; фольклорный вариант.

Шамарова Гульсина Барыевна, к. филол. н., доцент
Хурматуллина Рашида Шамсиевна, к. филол. н., доцент
Набережночелнинский институт Казанского (Приволжского) федерального университета
gshamarova@bk.ru; rashida2008@rambler.ru

ТЮРКОЯЗЫЧНЫЕ ФОЛЬКЛОРНЫЕ И ЛИТЕРАТУРНЫЕ ВЕРСИИ «ДАСТАН БАБАХАНА» САЙЯДИ[©]

Сказания, связанные с именами Тахира и Зухры, являются чрезвычайно популярными и занимают одно из главных мест как в письменной литературе, так и фольклоре тюркоязычных народов. В течение нескольких веков представителями этих народов были созданы легенды, написаны поэмы, песни, которые, переходя из поколения в поколение, дошли и до наших дней.