

Коротун Виктория Юрьевна

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ ИЗ СФЕРЫ МУЗЫКИ В ЯЗЫКЕ АНГЛИЙСКИХ СМИ

Статья раскрывает содержание понятия "прецедентный феномен", которое получает все более широкое распространение в области лингвистики. Ставится вопрос о том, какие функции рассматриваемое явление выполняет в текстах английских СМИ. Особое внимание автор акцентирует на анализе прецедентных текстов и прецедентных имен из сферы музыки, которая является неотъемлемым компонентом когнитивной базы языкового коллектива.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/8-3/28.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 8 (50): в 3-х ч. Ч. III. С. 100-103. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/8-3/

© 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: phil@gramota.net

5. Саха тылын быһаарыылаах улахан тылдыгыта (Большой толковый словарь якутского языка): в 15-ти т. / под ред. П. А. Слепцова. Новосибирск: Наука, 2013. Т. X. Буква Т (т – төһүүлээ). 575 с.
6. Тихонов А. Н. Школьный словообразовательный словарь русского языка. М.: Просвещение, 1978. XVI + 727 с.
7. Харитонов Л. Н. Залоговые формы глагола в якутском языке. М. – Л.: Изд-во АН СССР, 1963. 126 с.
8. Ширшов И. А. Типы полисемии в производном слове // Филологические науки. 1996. № 1. С. 55-66.
9. https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%F0%E3%0_%E1%FB%EA%ED%E2%E5%ED%ED%0%FF (дата обращения: 15.04.2015).

**FAMILY OF WORDS WITH THE PEAK-POLYSEMANT IN THE YAKUT LANGUAGE
(BY THE EXAMPLE OF THE VERB ТААРЫЙ ‘TOUCH’)**

Kopyrina Elena Petrovna, Ph. D. in Philology
Vasil'eva Nadezhda Nikolaevna, Ph. D. in Philology
*The Institute for Humanities Researches and Indigenous Studies
of the North of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences
koplen08@mail.ru*

The article is devoted to the description of the semantics and word-formative possibilities of a polysemantic verb of the Yakut language *таарый* which means a touch. This verb, being a polysemantic, stylistically neutral and widely used is the identifier of the subgroup of verbs of touch in the lexical-semantic group of verbs of physical influence on the object. The authors make the family of words on the basis of the data of “The Unabridged Explanatory Dictionary of the Yakut language”, and identify the ways of formation, the types of word-formative meanings and the polysemy of derivatives.

Key words and phrases: family of words; peak-polysemant; levels of word-formation; derivatives; types of word-formative meanings; type of derivatives polysemy.

УДК 81'37:811.111

Филологические науки

Статья раскрывает содержание понятия «прецедентный феномен», которое получает все более широкое распространение в области лингвистики. Ставится вопрос о том, какие функции рассматриваемое явление выполняет в текстах английских СМИ. Особое внимание автор акцентирует на анализе прецедентных текстов и прецедентных имен из сферы музыки, которая является неотъемлемым компонентом когнитивной базы языкового коллектива.

Ключевые слова и фразы: масс-медийный дискурс; прецедентный феномен; прецедентное имя; прецедентный текст; креативный механизм; сфера музыки.

Коротун Виктория Юрьевна

*Кубанский государственный университет
victoria_korotun@mail.ru*

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ ИЗ СФЕРЫ МУЗЫКИ В ЯЗЫКЕ АНГЛИЙСКИХ СМИ[©]

Масс-медийный дискурс уже давно является объектом анализа для широкого круга гуманитарных и социальных наук. Основными его маркерами считаются информативность и суггестивность, иными словами, СМИ делают информацию доступной для общественности, воздействуют на ее мировоззрение, манипулируют ею.

Конкурентная борьба, характерная для медиа-индустрии, обусловила общий сдвиг в сторону развлечения в области СМИ. Стремясь не только завладеть, но и удержать внимание аудитории, журналисты все чаще используют различные креативные механизмы при составлении медиатекста. Считается, что масс-медийный дискурс как вид коммуникации предполагает передачу информации «с использованием нестандартного языкового кода, привлекающего внимание адресата и требующего дешифровки содержащихся в тексте оценочных импликаций» [1, с. 13]. Креативные элементы в дискурсе СМИ апеллируют к эмоционально-оценочной сфере читателя, формируя у него определенный взгляд на освещаемое событие.

Лингвисты утверждают, что в настоящее время широко распространено обыгрывание символики прецедентных феноменов как одной из форм газетного креатива [1; 3; 5; 6; 7; 8].

Прецедентные феномены (ПФ) связаны с «коллективными инвариантными представлениями конкретных ‘культурных предметов’, национально-детерминированными минимизированными представлениями последних» [2, с. 106]. Они составляют когнитивную базу лингвокультурного сообщества. Механизм воздействия ПФ осуществляется «посредством сопоставления новой информации и фоновых знаний. Возникновение ассоциативных связей обусловлено известностью ПФ среди всех носителей данной культуры» [6, с. 69]. К разряду ПФ относят прецедентный текст (ПТ), прецедентное высказывание (ПВ), прецедентное имя (ПИ) и прецедентную ситуацию (ПС). В рамках данной работы мы рассмотрим понятия «прецедентный текст» и «прецедентное имя» и их функционирование в статьях СМИ на основе примеров из сферы музыки.

Д. Б. Гудков называет «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности» прецедентным текстом [2, с. 106]. По его мнению, любой средний член лингвокультурного сообщества хорошо знаком с ПТ, и обращение к последнему осуществляется многократно в процессе коммуникации.

Ю. Н. Караулов представляет ПТ в виде «готовых интеллектуально-эмоциональных блоков», включающих стереотипы, образцы, мерки для сопоставления и так далее [4, с. 220]. Он считает, что текст можно назвать прецедентным, если он удовлетворяет следующим требованиям:

1) является значимым в каком-либо отношении (познавательном, эмоциональном) для той или иной личности;

2) хорошо известен окружению данной личности, включая ее предшественников и современников;

3) обращение к рассматриваемому тексту неоднократно возобновляется [Там же, с. 216].

Музыка – уникальная часть жизни, которая используется как средство отражения, познания и эмоционального переосмысления действительности. Знания из этой сферы закреплены в когнитивной базе людей в форме имен знаменитых музыкантов, названий музыкальных инструментов, текстов песен и так далее. Любая информация подобного рода представляет собой символ культуры, который «аккумулирует в себе определенное содержание, составляющее ценности общества» [3, с. 131].

Не представляется удивительным, что тексты песен часто используются в масс-медийном дискурсе. Рассмотрим следующие примеры ПТ: *They're good camera fodder, but retailers will be salivating over the ritzy, tambourine-taut little dresses. It's like Frankie said on the soundtrack: Relax? Don't do it* [13]. В представленном отрывке описываются определенные веяния моды. Автор призывает не следовать всему, что демонстрируется на показах. Использование цитаты из песни «Relax», исполненной группой «Frankie Goes To Hollywood», неслучайно. Данный хит широко известен, он вызвал оживленную полемику, так как описывал нетрадиционные сексуальные отношения. С помощью цитаты «Don't do it» (Не делайте этого) автор стремится убедить читателей не применять все существующие в моде тенденции в своей жизни.

В следующем примере используются тексты песен «Imagine» и «Let it be», исполненные Джоном Ленноном и группой «The Beatles» соответственно: *The Beatles: Time to let it be? Imagine there's no Beatles. It's easy if you try* [12]. В данной статье речь идет о том, стоит ли отмечать 50-летие этой группы или же лучше забыть о ней и двигаться дальше. Как известно, в песне «Imagine» излагаются взгляды певца на то, каким должен быть мир, а песня «Let it be» призывает оставить все, как есть. Автор задает читателям вопрос о том, какой бы был мир, если бы группы «The Beatles» не существовало. Дословное воспроизведение слов песен используется как средство экспрессии: журналист говорит о том, что рассматриваемая группа является частью нашего культурного наследия, и вообразить мир без нее невозможно.

В следующем отрывке ПТ представлен одной из самых известных рождественских песен: *Let it snow: Skiers left snowless by California drought* [17]. Автор статьи говорит о том, что вследствие засухи в Калифорнии лыжники не могут расслабиться и насладиться отдыхом. Примечателен тот факт, что песня «Let it snow» была написана в знойный летний день. Певец настойчиво просит силы природы «Пусть идет снег!». С помощью данного ПТ автор привлекает внимание читателей, создает некий образ, вызывающий эмоциональный отклик аудитории и побуждающий продолжать чтение статьи.

СМИ предоставляют информацию о человеческой деятельности в целом, таким образом, не вполне закономерной является удивительной востребованность имен собственных в медиадискурсе. Некоторые деятели политики, науки и искусства, хорошо известные представителям того или иного сообщества, переходят в разряд прецедентных личностей. Данный феномен предполагает, что знания о них закреплены в сознании носителей языка в форме стереотипов и оценок, иными словами, прецедентные имена образуют концепты, ориентированные на уникальность и культурную значимость индивидуального объекта. Их использование в медиадискурсе обусловлено тем, что они передают значительный объем информации лаконично, не требуя при этом комментариев для расшифровки [8].

Считается, что прецедентное имя связано либо с «широко известным текстом, относящимся, как правило, к числу прецедентных», либо с «ситуацией, широко известной носителям языка и выступающей как прецедентная». ПИ является своего рода символом, указывающим на эталонную совокупность определенных качеств [2, с. 108].

Музыканты, получившие мировое признание, воплощают собой знаковые понятия эпохи: престиж, определенный стиль жизни, имидж. В текстах современных газет и журналов нередко используются их имена с целью рассказать читателям о том или ином факте действительности в знакомых им категориях и вызвать у них эмоциональный отклик.

Рассмотрим следующие случаи употребления ПИ в текстах СМИ: *Pete Wells, the restaurant critic at the New York Times, tweeted: «So disillusioning. This is like seeing Jascha Heifetz play Tchaikovsky's violin concerto on his armpits» – and you know, it kind of was* [14]. В данном примере показана реакция критиков на фотографию кулинарного шедевра, размещенную в Интернете Мартой Стюарт (Martha Stewart) – телеведущей, получившей известность благодаря советам по домоводству. Автор статьи описывает ее действия с отрицательной коннотацией. С целью создать отталкивающий образ Марты Стюарт в сознании читателей в отрывке используются прецедентные имена «Jascha Heifetz» и «Tchaikovsky». Согласно энциклопедии *Britannica*, имя «Яша Хейфец» ассоциируется носителями языка с музыкальным совершенством, безупречностью (music perfection), добросовестностью (conscientious) и мастерством техники (technical proficiency) [9]. Образ П. И. Чайковского также вызывает уважение людей и связан с гармонией (impressive harmonies), искренними мелодиями (open-hearted melodies) и глубоким эмоциональным откликом (profound emotional response) [11].

Автор рассматриваемой статьи лишает Марту Стюарт всех вышеперечисленных качеств, сравнивая ее действия с Яшей Хейфецом, играющим концерт для скрипки Чайковского с помощью своих подмышек (like seeing Jascha Heifetz play Tchaikovsky's violin concerto on his armpits). Данному примеру свойственно своеобразное «интеллектуальное ерничество»: автор, опираясь на авторитет известных музыкантов, высмеивает поступки Марты Стюарт и лаконично показывает читателям, каких качеств, по его мнению, она лишена.

В следующих двух примерах представлены отрывки из статей, посвященных спорту: *Unlike their experience in the 20-point defeat to England, Scott's Scots managed to get a grip at the breakdown, forcing the opening weekend conquerors of the French into a meltdown so marked that Luciano Orquera, the orchestrator of their Roman conquest, was left looking like Eric Morecambe attempting a Grieg piano concerto* [16]. *Naturally, Tiger Woods is at the epicentre of the hype... «How can you be the greatest player in the world for 12 years and then have lessons how to swing again?» he said. «I just don't understand. It's like Pavarotti deciding he is going to sing baritone. It is bloody ridiculous»* [15]. Прецедентные имена используются с целью показать неординарность ситуации. В первом примере описывается неожиданная победа Шотландии в матче по регби. Журналист обращает внимание адресата на то, что действия капитана проигравшей команды Италии походило на попытки Эрика Морекамба (Eric Morecambe), юмориста, сыграть концерт для фортепиано Эдварда Грига (Edvard Grieg), почитаемого норвежского композитора. Воображаемая картина, созданная автором статьи с помощью ПИ, подчеркивает нелепость стратегии итальянцев в матче.

Второй пример повествует о ситуации, произошедшей в области гольфа: Тайгер Вудс (Tiger Woods), будучи чемпионом 12 лет, неожиданно нанял другого тренера и полностью изменил свою стратегию игры. В данном отрывке используется прецедентное имя Лучано Паваротти (Luciano Pavarotti). Итальянский тенор является одним из лучших оперных певцов XX века, получивших широкую известность (considered one of the finest bel canto opera singers of the 20th century... gained a wide popular following) [10]. Автор статьи приглашает читателей представить следующую гипотетическую ситуацию: Лучано Паваротти, знаменитый тенор, решил стать баритоном. Данная картина видится абсолютно нелогичной, поскольку в сознании носителей языка имя итальянского певца прочно связано с голосом тенора. Таким образом, в примере подчеркивается, что действия Тайгера Вудса непоследовательны, смехотворны. Также автор задействует соответствующую лексику: «I just don't understand» (Я просто не понимаю), «It is bloody ridiculous» (Это просто смешно).

Анализ материала позволяет заключить, что язык медиатекстов обращен к массовой аудитории. В сфере современных СМИ наблюдается тенденция использовать прецедентные феномены и творческий потенциал авторов с целью объяснить явления действительности и убедить читателя в правильности определенной точки зрения. Сфера музыки является неотъемлемым компонентом когнитивной базы языкового коллектива, что объясняет использование прецедентных имен (композиторов, певцов) и прецедентных текстов (названий песен, цитат) в статьях современных газет и журналов.

Список литературы

1. Гридина Т. А., Коновалова Н. И. «Куда идём? Большой вопрос...»: прагматика креатива в современном медийном дискурсе // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. 2013. № 3 (22). С. 13-20.
2. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: Гнозис, 2003. 288 с.
3. Жилетежева М. А. Прецедентные феномены в средствах массовой информации // Вестник Костромского государственного университета имени Н. А. Некрасова. 2009. № 4. С. 131-133.
4. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.
5. Малецкая М. С., Толкачева Ю. Г. Особенности прецедентных заголовков современных печатных СМИ // Журналистский ежегодник. 2013. № 2-2. С. 59-61.
6. Мишенева В. А. Прагматика прецедентных феноменов в масс-медийной коммуникации // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 16 (307). С. 69-72.
7. Чашина С. С. Прагматический потенциал прецедентных феноменов в рекламе // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. Аспирантские тетради. 2008. Вып. 27 (61). С. 292-298.
8. Черноморец М. В. Коммуникативно-прагматические особенности функционирования концептов прецедентных личностей в масс-медийном дискурсе (на материале современных немецких СМИ) // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2008. № 2. С. 37-41.
9. <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/259577/Jascha-Heifetz> (дата обращения: 01.06.2015).
10. <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/447272/Luciano-Pavarotti> (дата обращения: 01.06.2015).
11. <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/585008/Pyotr-Ilyich-Tchaikovsky> (дата обращения: 01.06.2015).
12. <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/music/news/the-beatles-time-to-let-it-be-8060067.html> (дата обращения: 01.06.2015).
13. <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/news/as-paris-fashion-week-gets-into-its-stride--itsallabout-the-music-8842447.html> (дата обращения: 01.06.2015).
14. <http://www.independent.co.uk/life-style/food-and-drink/features/should-i-tweet-as-i-eat-food-photography-divides-opinion-among-foodies-and-restaurateurs-alike-8955281.html> (дата обращения: 01.06.2015).
15. <http://www.independent.co.uk/sport/golf/alliss-saddened-as-bbc-masters-coverage-goes-down-the-tube-7619276.html> (дата обращения: 01.06.2015).
16. <http://www.independent.co.uk/sport/rugby/rugby-union/international/six-nations-italians-sent-crashing-to-earth-by-flying-scots-8488264.html> (дата обращения: 01.06.2015).
17. <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/11262679/Let-it-snow-Skiers-left-snowless-by-California-drought.html> (дата обращения: 01.06.2015).

PRECEDENT PHENOMENA FROM THE SPHERE OF MUSIC IN THE LANGUAGE OF THE ENGLISH MEDIA

Korotun Viktoriya Yur'evna

Kuban State University

victoria_korotun@mail.ru

The article reveals the content of the notion "precedent phenomenon", which is becoming increasingly widespread in the sphere of linguistics; and puts the question of what functions the phenomenon under consideration performs in the texts of the English media. The author pays particular attention to the analysis of precedent texts and precedent names from the sphere of music, which is an integral component of the cognitive framework of a language community.

Key words and phrases: mass media discourse; precedent phenomena; precedent name; precedent text; creative mechanism; sphere of music.

УДК 81-22

Филологические науки

Статья посвящена проблемам интерпретации и функционирования форманта $kā$ в языке хинди. Рассматриваются недостатки традиционного отнесения его к числу послелогов или падежных окончаний, предлагается использовать для него термин «аналитический показатель». Для сочетаний имени с данным показателем вводится понятие «адъективная форма», а также приводятся примеры использования адъективных форм в литературе хинди XX-XXI вв.

Ключевые слова и фразы: аналитический показатель; послелог; именное склонение хинди; падежи хинди; сложные послелого; морфосинтаксис хинди.

Костина Екатерина Александровна

Санкт-Петербургский государственный университет

e.kostina@spbu.ru

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ $kā$ И АДЪЕКТИВНАЯ ФОРМА ИМЕНИ В ЯЗЫКЕ ХИНДИ[©]

Работа выполнена при поддержке гранта СПбГУ 2.38.295.2014.

Аналитический показатель $kā$, широко используемый в морфосинтаксисе хинди для выражения принадлежности и других смежных значений, в западной и российской индологии традиционно называют послелогом [5, с. 5-8; 11, р. 9], а в ряде индийских языковедческих работ – падежным [4, с. 50] или актантажным [12, р. 101-102] показателем или окончанием. Не заостряя внимания на вопросе о генетической и функциональной близости послелогов и окончаний, а также на различиях, существующих между этими способами выражения связей, подробно рассмотренных в статье Л. В. Буренко [2], отметим, что и формально, и семантически, и функционально $kā$ существенно отличается от обеих категорий. В данной статье будет совершена попытка объяснить необходимость отказаться от традиционной интерпретации $kā$, а также найти для него более удовлетворительный термин.

На первый взгляд, $kā$ представляет собой типичный послелог. Он часто служит средством оформления связей между лексемами, имеющими предметное значение: *mohan kā ghar* – «дом Мохана» (+ сущ.); *us kā ghar* – «его дом» (+ мест.-сущ.); *khāne kī zarūrat* – «необходимость поесть» (+ инфинитив) и т.п. Подобно другим послелогам, $kā$ присоединяется к именам существительным и неличным местоимениям, стоящим в форме общекошвенного падежа: *kamrā* «комната» -> *kamre kā darvāzā* «дверь комнаты»; *kuā* «что» -> *kis kā darvāzā* «чья/чего дверь».

В то же время, между $kā$ и послелогам существует ряд заметных отличий. Во-первых, $kā$ может обслуживать несубстантивные части речи и послеложные сочетания: *bare śaharō ke mukāble mē to yahā kā kōfī-hāus huch bhī nahī* [10, р. 41]... / «По сравнению с ресторанами больших городов здешняя кофейня – ничто...» (+ местоимение-наречие). *Khāe jā kambakht, muft kā māl hai* [Ibidem, р. 136]. / «Черт с ними, пусть их едят, продукт-то бесплатный» (+ прилагательное). *Larkī ne apnī chāṭī ke pās kā kaprā muṭṭhiyō mē samet liyā* [13, р. 163]. / «Девушка сжала в кулачок одежду на своей груди». Кроме того, $kā$ – единственный «послелог», имеющий формы словоизменения, подобные формам словоизменения прилагательного: *rām kā ghar* – «дом Рама»; *rām ke ghar* – «дома Рама»; *rām kī javānī* – «юность Рама». Наконец, $kā$ не присоединяется к собственно личным местоимениям (в отличие от прочих послелогов), имеющим особые притяжательные формы (с исходом на *-rā*). Если считать $kā$ послелогом, часть местоименной парадигмы останется в рамках морфологии (*merā* «мой», *terā* «твой», *hamārā* «наш», *tumhārā* «ваш/твой»), а часть перейдет в область парасинтаксиса (*uskā* «его/ее», *iskā* «его/ее», *āpkā* «Ваш», *unkā* «их», *inkā* «их»).

Не являясь полноценным послелогом, $kā$, в то же время, не может считаться падежным окончанием.

• Окончание предполагает регулярное слитное написание с оформляемым именем. В случае с $kā$ (при всей неустойчивости орфографии хинди) в современном языке слитное написание возможно лишь для местоимений, но не для существительных.