

**СПОСОБЫ ФОРМАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ ВТОРИЧНЫХ ТЕКСТОВ:
НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ЭКСПЕРИМЕНТА**

С. Г. Буданова, А. Г. Рябинина

**THE METHODS OF FORMAL-SEMANTIC IDENTIFICATION OF THE SECONDARY NATURE:
SOME RESULTS OF THE LINGUISTIC EXPERIMENT**

S. G. Budanova, A. G. Ryabinina

Определены и описаны особые способы формально-семантической идентификации вторичных текстов. Предпринята попытка их разграничения на следующие типы: лексико-деривационный, формально-грамматический, просодический, комбинированный. Для достижения поставленной цели был проведен лингвистический эксперимент, суть которого состояла в том, что реципиентам предлагалось восстановить первичный вид протослова, включенного в рекламный текст в измененном виде, и указать конкретный источник трансформации. Одним из наиболее эффективных приемов признается лексико-деривационный способ (процент узнавания и восстановления от 80 % до 100 %), предполагающий распознавание адекватной вторичной текстовой единицы посредством лексических рядов (ключевых слов) протослова. Формально-грамматический способ характеризуется значительной или полной трансформацией основных лексических единиц при построении вторичного текста с сохранением исходной синтаксической структуры, морфологических показателей лексем и формо- и словообразовательных морфем, при восприятии которых осуществляется распознавание первоосновы (процент узнавания и восстановления от 9 % до 60 %). Просодический способ идентификации используется при полной трансформации протослова на синтаксическом, лексическом, морфологическом уровне, что затрудняет его восприятие в качестве вторичного текста без музыкального сопровождения, ритмико-звуковых, интонационных и тембральных признаков (процент узнавания и восстановления минимален – до 3 %). Совмещение в определенном тексте нескольких приемов (например, лексико-деривационного и просодического) позволяет говорить о восприятии протослова посредством комбинированного способа.

The special methods of formal-semantic identification of the secondary nature are defined and described. An attempt was made to divide them into the following types: lexical-derivational, formal-grammatical, prosodial, combined. To achieve this goal a linguistic experiment was carried out. The essence of which was that the recipients were offered to restore the original form of the Proto-Word included in the **advertising text** in a modified form, and to indicate a particular source of transformation. One of the most effective methods is lexical-derivational method (the percentage of recognition and reconstruction from 80 % to 100 %). It implies recognition of adequate secondary nature item through lexical units (keywords) Proto-Words. Formal-grammatical method is characterized by substantial or complete transformation of basic lexical units by construction of a secondary nature with saving the initial syntactic structure of morphological parameters of lexemes and forms and word formation morphemes during the perception of which the recognition of an original form is made (the percentage of recognition and reconstruction from 9 % to 60 %). Prosodial method of identification is used for a complete transformation of Proto-Word on the syntactic, lexical, morphological level, which complicates its perception as a secondary nature, without musical accompaniment, rhythmic sound, intonation and timbre signs (the percentage of recognition and reconstruction minimal to 3 %). The combination of several methods (e.g., lexical-derivational and prosodial) in a particular text allows to talk about the perception of the Proto-Word by the combined method.

Ключевые слова: текст, рекламный текст, вторичность, идентификация вторичного текста, способы идентификации.

Keywords: text, advertising text, secondary nature, identification of a secondary nature, methods of identification.

Вторичный текст как явление достаточно специфическое должен быть изучен не только с точки зрения порождения, назначения, функционирования в разнообразных дискурсах, но и восприятия, которое представляет собой сложную когнитивную деятельность. Ведь адекватная интерпретация авторского замысла зависит как от компетенции читателя (слушателя), уровня его культурно-исторических знаний, так и от особенностей построения вторичного речевого произведения.

Данная проблема была затронута многими исследователями: М. В. Вербицкая [1, с. 13] подчеркивает необходимость «фоновых знаний», «вертикального контекста» и как его разновидность «широкого филологического контекста», а также семиотических данных, служащих для распознавания «общего кода»,

Ю. В. Трубникова рассматривает ориентиры читателя и лексико-деривационную структуру, которая формирует адекватную семантику протослова в «сознании воспринимающего на ассоциативно-логической и смысловой основе» [2, с. 92], Н. В. Уканакова отмечает, что понимание содержания произведения происходит при появлении «валидной текстовой проекции» [3, с. 142] источника. Мы полагаем, что на восприятие вторичных единиц в большей мере оказывают влияние особенности текстопорождения (лексические, семантические, структурные и др.), позволяющие выделить следующие способы идентификации: *лексико-деривационный* (согласно концепции Ю. В. Трубниковой), *формально-грамматический* и *просодический*.

Для наглядного обоснования правомерности данного разграничения и выявления специфики распо-

знавания вторичных образований нами был проведен лингвистический эксперимент, суть которого состояла в том, что реципиентам предлагалось восстановить первичный вид протослова, включенного в рекламный текст в измененном виде, и указать конкретный источник трансформации. При этом мы предприняли попытку подобрать такие речевые произведения, которые узнаваемы и известны широкому кругу лиц. В настоящем исследовании отражены результаты эксперимента на основе анализа анкет 240 участников, которыми стали студенты гуманитарного профиля обучения (экономический, филологический факультет и факультет архитектуры и дизайна) со знанием русского языка как родного.

Одним из наиболее эффективных приемов идентификации является *лексико-деривационный способ*, который, согласно концепции Ю. В. Трубниковой, предполагает порождение адекватной вторичной текстовой единицы на базе лексических рядов протослова, формирующихся посредством выделения ключевых слов и возникающих в структуре трансформированного произведения на основе «деривационно-детерминационных связей и семантико-синтаксических отношений» [2, с. 13]. Важно обратить внимание на то, что возможное изменение первичной конструкции с полным или частичным сохранением исходных языковых элементов в большинстве случаев не оказывает влияние на безошибочное распознавание источника при наличии у читателя (слушателя) соответствующих фоновых знаний.

Рассмотрим реализацию данного способа, проанализировав результаты лингвистического эксперимента, направленного на идентификацию двух текстов, один из которых функционирует в первичном виде, а другой несколько трансформирован. Так, рекламный материал сотовой компании «Мегафон» *«Земля в иллюминаторе./ Земля в иллюминаторе./ Земля в иллюминаторе видна»*, относящийся к песне Анатолия Поперечного «Трава у дома», полностью соответствует источнику в лексическом и синтаксическом аспекте, что обеспечивает его адекватное восприятие. Показатели узнаваемости данного речевого произведения достигают наивысшего уровня, так как 100 % реципиентов правильно идентифицировали протослов и осознали его вторичное воплощение. Кроме этого, распознавание отрывка песни сопровождалось появлением дополнительных комментариев у студентов, содержащих указание на композитора В. Мигулю, исполнителей – группа «Земляне» и позднее группа А. Макаревича «Машина времени», воспроизведение в знаменитом мультфильме «Ну, погоди!», и даже желанием продолжить цитирование (ответ студента: «Как сын грустит о матери./ Как сын грустит о матери./ Грустим мы о Земле, она одна...»), чего не требовалось согласно формулировке задания. На полученные данные высокой степени конкретизации источника с учетом связанных с ним сведений (авторство, коллектив исполнителей, включение в кинематограф) оказывает влияние нетрансформированная лексико-деривационная структура.

Следующий рекламный текст финансовой компании «Город Денег» *«Место встречи бизнеса и инвестиций»* соотносится с наименованием известного кинофильма «Место встречи изменить нельзя». В

процессе идентификации дословно восстановили первичное речевое произведение 97 % реципиентов, 0,5 % допустили ошибки, указав совершенно иной протослов (ответ студента: «Место столкновения двух стихий – воды и огня»), 2,5 % оставили конструкцию в предложенной форме. При этом один из участников эксперимента ассоциировал вторичный текст с именем В. Высоцкого, который снимался в главной роли в кинофильме «Место встречи изменить нельзя», что обусловлено известностью выражения и даже его использованием в повседневной речи в качестве сформировавшейся афористической конструкции. На высокий процент узнаваемости исходной текстовой единицы оказывает влияние лексико-деривационная структура, в которой лексемы «место встречи» сохраняются, а предикативная основа «изменить нельзя» замещается компонентами «бизнес и инвестиция». Подобная трансформация не затрагивает препозитивные ключевые слова и позволяет адекватно интерпретировать протослов. Таким образом, порождение речевого произведения посредством лексико-деривационной концепции с использованием языковых элементов основы влияет на высокий процент узнаваемости его источника.

Формально-грамматический способ характеризуется значительной или полной трансформацией основных лексических единиц при построении вторичного текста с сохранением исходной синтаксической структуры, морфологических показателей лексем (чаще всего частеречной принадлежности) и формо- и словообразовательных морфем (преимущественно суффиксов), при восприятии которых осуществляется распознавание первоосновы.

Проиллюстрируем особенности рассматриваемого способа на примере идентификации рекламного текста сухариков «Хрустеам» *«Вкуснота-то какая, хрустота! Хрустят все!»*, который восходит к фразе «Красота-то какая, лепота! Танцуют все!» из культового кинофильма «Иван Васильевич меняет профессию». Небольшое количество представителей обозначенной группы правильно воспроизвели речевое произведение – 9,5 %, в некоторых работах, составляющих 35 %, было зафиксировано искажение протослова, минимальное число участников – 0,5 % – неверно назвали ключевые слова, но структуру источника оставили исходной (ответ студента: «Вкуснота-то какая, прелесть! Едят все!»), а остальные 55 % реципиентов либо восприняли языковой материал как нетрансформированный, либо осознали его вторичность, но затруднились дать ответ. Необходимо заметить, что степень приближения переработанной текстовой единицы к исходной зависит от количества использованных первичных языковых компонентов и, следовательно, варьируется в широких пределах: от минимального (ответы студентов: «Чистота-то какая, лепота!» или «Танцуют все!») до максимального с небольшими погрешностями (ответ студента: «Вкуснота-то какая, лепота! Танцуют все!»). Низкие показатели узнаваемости и восстановления вторичного текста мы можем объяснить тем, что при его порождении все ключевые единицы («красота», «лепота», «танцуют») заменены совершенно иными лексемами («вкуснота», «хрустота», «хрустят») с сохранением отношений тождества формально-грамматических показателей

(частеречная принадлежность, единство морфемной структуры и др.) и семантической близости («красота» – «вкуснота», «лепота» – «хрустота», «танцуют» – «хрустят»), что с точки зрения концепции Ю. В. Трубниковой приводит к образованию в большей степени самостоятельного произведения (производного текста), не являющегося вариантом исходного. Однако же некоторые участники эксперимента совершенно верно восприняли трансформированную текстовую единицу, на что оказывает влияние формально-грамматическая структура, актуализирующая элементы источника. Возможно, узнаваемость протослова достигается еще и включением в рекламный ролик образа Ивана Грозного, который является в кинокомедии ярким персонажем и, несомненно, запоминается зрителю, что зафиксировано в одной из анкет студентов.

Выявим специфику распознавания девиза олимпийского движения А. М. Дидона «*Быстрее, выше, сильнее*» в рекламном слогане магазина «Спортмастер» «Дальше, больше, лучше». Из анализа полученных работ было установлено, что 48 % реципиентов соотнесли исходный текст с соответствующим источником, назвав ключевые единицы, 12 % дали приблизительные ответы, сопровождающиеся нарушением порядка слов (ответ студента: «Сильнее, быстрее, выше!») или неполным включением первичных компонентов (ответ студента: «Дальше, выше, сильнее!»), 2,5 % рассмотрели совершенно иной протослов (ответ студента: «Ближе, меньше, хуже!») и 37,5 % сохранили конструкцию в заданном виде. Интересно, что у некоторых участников рекламный слоган ассоциировался с поговорками (например, с пословицей «Чем дальше в лес, тем больше дров») и в единичном случае с именем Ю. Цезаря, но подобные предположения не могут считаться правильными. На невысокий процент узнаваемости первоосновы повлияли особенности порождения вторичного образования: замена всех ключевых слов, следовательно, отсутствие изначальной лексико-деривационной формы, однако же неизменяемость грамматических параметров, структурной характеристики позволяет определить источник в том случае, если читатель с ним достаточно хорошо знаком. Итак, в процессе восприятия данных текстов важны фоновые знания, но при этом значима и формально-грамматическая организация единиц, без которой распознавание исходного речевого произведения было бы невозможно.

Просодический способ идентификации используется при полной трансформации протослова на синтаксическом, лексическом, морфологическом уровне, что затрудняет его восприятие в качестве вторичного текста без музыкального сопровождения, ритмико-звуковых, интонационных и тембральных признаков. При этом подобные единицы являются чаще всего известной песней, реже – стихотворением в авторском исполнении или текстами, характеризующимися индивидуальной произносительной манерой.

Проанализируем рекламный материал шоколадного батончика «Snickers» «*Тем, кто вместо теплых слов поддержки/ Оскорбляет нас такой весь дерзкий,/ Отфутболить голод нужно мощно,/ "Snickers" голод удалит досрочно,/ Ты призы получишь – это*

точно», восходящий к песне Ю. С. Энтина «Бременские музыканты»: «Ничего на свете лучше нету./ Чем бродить друзьям по белу свету./ Тем, кто дружен, не страшны тревоги./ Нам любые дороги дороги./ Нам любые дороги дороги!». Уровень восприятия данного текста можно считать достаточно низким, так как эталонный ответ дали 3 % реципиентов, передающий приблизительное (неполное) содержание первоосновы – 15 % (ответы студентов: «Тем, кто любит, не страшны тревоги./ Нам любые дороги дороги» или «Ничего на свете лучше нету./ Чем бродить друзьям по белу свету»), неверный – 0,5 %, а 81,5 % участников не произвели идентификацию. В одной анкете нами была зафиксирована ссылка на стихотворение с указанием автора Ю. С. Энтина, поэтическое произведение которого стало впоследствии песенным и получило реализацию в мультфильме. Думается, что преобразования протослова по основным классификационным параметрам, касающимся семантических, лексических, грамматических и структурных аспектов, затрудняет его адекватное восприятие. Вероятно, некоторые представители группы распознали текст только благодаря тому, что слышали его воспроизведение в рекламном ролике, где учитывается ритм, мелодия, рифма, но отсутствие собственно языковых отсылок повлияло на восстановление. Значит, восприятие подобных речевых произведений осуществляется посредством просодии и фоновых знаний, активизация которых требует глубоких умственных усилий при полной трансформации исходных текстов, так как является минимальной при самостоятельном чтении, не предполагающем музыкальное сопровождение.

В проведенном эксперименте в качестве исходных было использовано 20 вторичных рекламных текстов, способы идентификации которых различны. Так, процент восстановления текстов с помощью лексико-деривационного способа варьировался от 80 % до 100 % в зависимости от полного или частичного сохранения исходных языковых элементов, формально-грамматического способа – от 9 % до 60 %, что обусловлено сохранением лишь исходной словообразовательной, морфологической и/или синтаксической структуры, просодического способа – до 3 %, так как использование только звукового оформления первичного текста препятствовало его адекватному восприятию.

Таким образом, каждое вторичное речевое произведение обладает особой формально-семантической идентификацией, которая зависит от особенностей текстопорождения. При этом имеют значение лексико-деривационная и формально-грамматическая структура, просодические средства при отсутствии смысловых элементов, а также фоновые знания читателя (слушателя). Важно обратить внимание на то, что в дискурсе рекламы возможно совмещение в определенном тексте нескольких приемов (например, лексико-деривационного и просодического), допускающих в перспективе выявление аспектов восприятия протослова посредством комбинированного способа. Проведенное исследование нельзя считать завершенным, так как для подведения окончательных итогов необходимо большее количество экспериментального материала, наличие иных текстовых единиц и критериев для их анализа.

Литература

1. Вербицкая М. В. Теория вторичных текстов: (на материале современного английского языка): дис. ... д-ра филол. наук. М., 2000. 201 с.
2. Трубникова Ю. В. Лексико-деривационная концепция текста (на материале современного русского языка): дис. ... д-ра филол. наук. Барнаул, 2012. 354 с.
3. Уканакова Н. В. Стратегии восприятия текста-источника, объективируемые во вторичных текстах // Вестник Кемеровского государственного университета. 2013. Вып. 4(56). Т. 2. С. 141 – 149.

Информация об авторах:

Буданова Светлана Геннадьевна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры современного русского языка Кубанского государственного университета, lanastar@bk.ru.

Svetlana G. Budanova – Candidate of Philological sciences, senior lecturer of the Russian Modern Language Department, Kuban State University.

Рябинина Алевтина Геннадьевна – студентка 2 курса филологического факультета Кубанского государственного университета, alyar2015@yandex.ru.

Alevtina G. Ryabinina – Second-year student of Faculty of Philology, Kuban State University.

(Научный руководитель – **С. Г. Буданова**). (Research advisor – **S. G. Budanova**).

Статья поступила в редколлегию 10.07.2015 г.