

ИДЕЯ ЭХА И РЕПРОДУКТИВНАЯ РЕЧЕВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Звук – это эхо смысла.

Эдгар По

Журналистика – деятельность. Существенным моментом журналистской деятельности является реагирование – способность отзываться на происходящие события, на неизвестные ранее факты, явления. Результаты подобного реагирования воплощаются в публицистических текстах – статьях, заметках, репортажах и т. п. В связи с этим правомерны вопросы, касающиеся продуктов журналистской деятельности – текстов. Реальные события и факты отражаются в тексте или находят в нем отголосок? Рефлексивный или реактивный момент доминирует в тексте? Идея зеркала (отражения) или эха (отголоска) находит воплощение в продуктивно-репродуктивной речевой деятельности и её результатах?

Тезис о том, что действительность отражается в языке, является лингвистическим постулатом. Однако нередко забывается, что кроме отраженной в языке действительности существует реальный мир, а воплощенная в звуковом облике речь сама является непосредственно воспринимаемой реальностью. Человек не только зеркало Вселенной, но и ее эхо¹. Идея эха-отголоска открывает широкие перспективы для исследования всякой продуктивно-репродуктивной речевой деятельности, а также ее результатов – текстов и текстопорождающих единиц.

¹ Эхо – в греческой мифологии нимфа. По одному из мифов, потеряла способность говорить и могла лишь повторять окончания чужих слов в наказание за болтливость; по другому – от безответной любви к Нарциссу так иссохла, что стала невидимой и сохранила лишь голос.

Неслучаен тот факт, что слово *эхо* является составляющим элементом некоторых литературоведческих и публицистических терминов. Среди них – *эхо-рифма*, *эхо-фраза*, *эхо-заголовок*.

Эхо-рифма – рифмующиеся в стихах парные слова, из которых второе, обычно односложное или двусложное, полностью повторяет последний или два последних слога первого: *Бахают бомбы у бухты. ... Ух, ты! Крепок удар днепростроевской вахты. ... Ахх, ты! Запад, услышь! Неужели оглох ты? ... Охх, ты! Эхо звенит переливами флейты... ... Эй, ты! Ну-ка, держись, мировые Детройты! ... Ой, ты!* (А. Безыменский).

По сути в любом рифмованном, ритмично организованном тексте, во всякой рифме находит воплощение идея эха. Благодаря рифме слова «перекликаются» друг с другом.

Эхо-фраза (англ. *tag, tag line*) – короткое сообщение, выражение, стоящее в конце текстового рекламного обращения, которое повторяет (дословно или по смыслу) заголовок либо основной мотив обращения (<http://www.artwebmedia.ru/glossary/definit/tag>). Например, в рекламе FIATa:

FIAT. Чувство широты, чувство щедрости. Что замечательно в Fiat Croma, так это то, что существует много способов, как на него смотреть. Если вы возьмете за точку отсчета ширину, то вы откроете просторный салон, предлагающий вам целый ряд усовершенствований – начиная с отопительной системы с автоматическим интегральным контролем и доходя до направления, помогающего регулируемому рулем в отношении высоты, плюс зеркала заднего вида с автоматической разморозкой, а также автоматические передние и задние стекла. Помимо этого вы можете оценить Fiat Croma в отношении щедрости и порадоваться тому факту, что у машины двигатель емкостью 2 литра, также как турбодизель. Широта или щедрость – Fiat Croma соединяет в себе все значения. Minitel 3615. Fiat Credit France финансирует ваш Fiat.

Автомобиль со многими значениями.

Эхо-заголовки – названия печатной и кинематографической продукции, воплощающие лейтмотив всего произведения. Так, *эхо-заголовком* является название художественного фильма режиссера Дмитрия Астрахана, снятого в 1995 году, «*Всё будет хорошо!*». На протяжении фильма герои часто говорят: «*Всё будет хорошо!*». Ключевая *эхо-фраза* вселяет надежду, дарит уверенность в завтрашнем дне.

Широкое применение находят эхо-заголовки в газетных текстах: *Молодость для руководителя не порок (БВ); Здесь будет город-сад (БВ); Служить бы рад...(НС); Им года не беда (НС); Маски, мы вас знаем (БВ); Окно в Европу (ВВ)* и т. п.

Эхо-заголовки могут классифицироваться в зависимости от своей деривационной базы. Такой базой могут быть имена собственные, устойчивые выражения, афоризмы. Так, российский президент однажды произнес: *«Мухи отдельно, а котлеты – отдельно»*. Эта фраза стала репродуцироваться в подобных ситуациях – ее отзвук находим в газетном заголовке: *«Снова напряг, или Мухи и котлеты по-киевски» (БК)*.

В качестве деривационной базы газетных заголовков могут употребляться:

1) известные имена и фамилии: *Неправильные «деточкины» (о воровстве автомобилей); Дядя Стёпин (об участковом Сергее Станиславовиче Стёпине); Такое внимание к Анискиным диктует время (о работе участковых инспекторов); Методом Шерлока Холмса (НС); Новый «чикатило» в Москве (НС); Рембо из Борисова; Местный Ленка Пантелеев (БВ)* и т. д.;

2) строки известных песен: *Позвони мне, позвони (7 мая – День работников связи); Если хочешь быть здоров – прививайся (БВ); Есть только миг (НС); Тебя называю по имени-отчеству (НС); На границе снова пробки. Хмуро (НС); Поговори со мною, мама (о возможности диалога между родителями и детьми); Говорят, не повезет, если черный кот дорогу перейдет (о живучести на Полесье разных суеверий); Ног не жалей, скачи, мой верный конь (о соревновании на кубок Брестской области по конному спорту) («Заря»); Не ходил бы ты, Ванёк, в депутаты (о криминальных сенсациях, касающихся депутатов) (БК); С этого начинается Родина (БК);*

3) высказывания известных политиков: *Хотели как лучше, а получилось как всегда («Заря»); Идеологи всех уровней, объединяйтесь! (БВ);*

4) цитаты из известных стихотворных и прозаических произведений. Как правило, они приводятся без изменений, однако нередко могут модифицироваться: *Как денди лондонский одет (о моде в этом сезоне); Я б в шосейники пошел...(КП); Что нам стоит дом построить (о строителях молодежных кооперативов); У меня болит живот. Вот («Заря»); Какой же лидер не любит быстрой езды (НС);*

5) пословицы и поговорки: *Не всегда молчание – золото* (НС); *Как стеречь зеницу ока* (КП); *Не муж и не жена, но одна сатана* (НС); *Березки рубят – щепки летят* (БВ); *Глас народа – глас Божий* (БВ); *Новая метла чисто метет* (новый председатель Витебского горисполкома начал свою деятельность с расчистки русла реки Витьбы); *Когда паны бьются, у холопов чубы трещат* (о газовом конфликте между Москвой и Минском); *Устами младенца глаголет истина* (мысли учеников о том, какой должна быть школа) («Заря»); *Не всё то золото, что блестит* (о продуктах на прилавках магазинов) («Заря»); *Труд создает человека* (НС); *То, что имеем, надо хранить* (БВ); *Минута рубль бережет* (НС); *Из огня да в полымя* (НС); *Большому кораблю – большое плавание* (БВ); *Как рыба в воде* («Заря») и т. п.;

6) названия известных произведений: *Прощай, оружие!* (о добровольной сдаче оружия) («Заря»); *«Зацюканы апостал»* в наставники не годится (о бедности наших учителей) (БК); *Всплыли «мертвые души»* (НС);

7) названия кинофильмов и афористические высказывания героев: *Прodelки «Терминатора»* (о сообщении по телефону, что заминирован автозавод) (НС); *Табор уходит...* на зону (цыгане осуществляли набеги и грабили сельчан); *Завтра была война* (НС); *Осенний марафон* («Заря»); *«Властелины» дач* (НС);

8) библеизмы: *Ищите да обряцете* («Кабельное телевидение»); *Судный день для беглеца* (НС); *Какою меркою мерите* (НС);

9) элементы рекламы: *У вас еще не было «Дожинок», тогда они идут к вам* (БВ); *Минздрав предупреждает...* (НС);

10) названия телевизионных игр: *Слабое звено* (в соревнованиях по греко-римской борьбе команда заняла последнее место) («Заря»);

11) исторические события: *Берестейская Троя в ожидании юбилея* (БВ).

Эхо-заголовки – явление интернациональное. Они широко употребляются в близкородственных языках.

Идея эха находит воплощение прежде всего в номинативной деятельности носителей языка. Несомненной является ее связь с такими феноменами текстопорождающей речи, как прецедентность и интертекстуальность. Во всех приведенных ситуациях правомерно говорить об интертекстуальной деривации.

Список сокращений

БК – Брестский курьер; НС – На страже; ВБ – Вечерний Брест; БВ – Брестский вестник.