

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(Н И У « Б е л Г У »)**

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

ИСТОРИКО-ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

**ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА
ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В СОВРЕМЕННОМ
МАСС-МЕДИА ДИСКУРСЕ**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
45.03.01 Филология, профиль Отечественная филология
очной формы обучения, группы 02031508
Бекорюковой Елизаветы Алексеевны

Научный руководитель
д.ф.н., профессор
Чумак-Жунь И.И.

БЕЛГОРОД 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. Понятие прецедентности в современной лингвистике	
1.1. Масс-медиаальный дискурс как материал для лингвистического исследования.....	7
1.1.1. Массовая коммуникация как особый вид коммуникации	10
1.1.2. Понятие публицистического текста.....	13
1.2. Интертекстуальность как лингвистический феномен.....	15
1.3. Типы прецедентных феноменов.....	16
1.4. Лингвопрагматика.....	20
Глава 2. Функционирование прецедентных феноменов в современном телевизионном дискурсе	
2.1. Классификация прецедентных феноменов по источнику.....	26
2.2. Классификация прецедентных феноменов по тематике.....	29
2.3. Формальные и семантические трансформации прецедентных феноменов.....	30
Глава 3. Прецедентные феномены в дискурсе периодического издания	
3.1. Классификация прецедентных феноменов по источнику.....	40
3.2. Классификация прецедентных феноменов по тематике.....	42
3.3. Формальные и семантические трансформации прецедентных феноменов.....	43
Заключение.....	53
Литература.....	56

ВВЕДЕНИЕ

В современной жизни, в эпоху всемирной глобализации, человек ежедневно испытывает на себе влияние средств массовой информации. Вполне закономерно, что в обществе им отведена важная роль. В задачи СМИ входят как информирование и просвещение нации, так развлечение и реклама товаров и услуг. Именно посредством печатной прессы, аудиовизуальных средств массовой коммуникации, интернет-СМК и информационным службам осуществляется интерпретация событий и явлений, происходящих в стране или мире, которая впоследствии становится доступной читателю, зрителю или слушателю.

В современной массовой коммуникации наблюдается тенденция к усилению информативности, коммуникативной общезначимости, общедоступности. Для реализации этих установок необходимо, чтобы тексты СМИ были доступны массовой аудитории, т. е. максимально приближены к её разговорной речи. Так, именно публичность является одним из основных свойств средств массовой информации при передаче материала. Она сводится к тому, чтобы передаваемое сообщение в процессе массовой коммуникации стало доступно всем членам общества. Тесная связь современных СМИ с разговорной речью обусловлена их ориентацией на среднестатистического реципиента, что находит своё широкое распространение в телевидении и прессе.

По мнению Ю. Н. Караулова, мы «живем в мире разнообразных по жанру, содержанию и тематике текстов, а чтобы предельно четко, доступно и ярко донести определенную информацию, человек ищет соответствующие языковые средства (афоризмы, цитаты, аллюзии, метафоры), которые позволят лаконично и эмоционально воздействовать на читателя» [Караулов 2010: 216].

Паремии, афоризмы, фразеологизмы и всевозможные цитаты являются неотъемлемой частью современных масс-медиа. Сама коммуникативная

направленность современных средств информации, выполняющих функцию воздействия и тем самым вызывающих у широкой аудитории определенные чувства и эмоции, требует обращения к готовым стандартам, словесным формулам и языковым клише. Узнаваемость этих фраз привлекает внимание читателей, а юмористический, иронический или даже сатирический характер (а именно такой они носят чаще всего) создает тональность публикации. В последнее время все чаще наблюдается использование в СМИ фраз и оборотов, известных широкому кругу людей. Это поддается логическому объяснению: чем изобретательнее автор в привлечении различных языковых средств, тем ярче его статья (репортаж), и, следовательно, она будет интересна наибольшему количеству читателей (зрителей).

Одной из важных особенностей передачи информации является апеллирование к исторической памяти и к языковому сознанию личности – так называемым прецедентным текстам. В свою очередь они побуждают реципиента к размышлению, активизации знаний и сопоставлению явлений действительности.

Самыми стандартными, общедоступными и распространенными видами СМИ являются телевидение и печатные периодические издания. Именно в телевизионных программах и журналах для привлечения внимания зрителя используются образные языковые средства (афоризмы, цитаты, аллюзии, метафоры, крылатые выражения), которые несут в себе культурные, исторические, этнические и научные знания о мире.

Таким образом, **объектом** данного исследования являются прецедентные феномены, функционирующие в современном масс-медиа дискурсе, а именно: в текстах выпусков самой популярной в России новостной телепередачи: «Время» за 2015 – 2017 годы и статьях популярного периодического журнала «ОнОнас», издаваемого в г. Белгороде, за 2018 – 2019 годы.

Предметом исследования является лингвопрагматическая характеристика прецедентных феноменов, функционирующих в масс-медиа дискурсе в заданном промежутке времени.

Цель данной работы состоит в выявлении прецедентных феноменов, исследовании возникновения прецедентных текстов, их восприятия, функционирования, трансформации и роли, которую они выполняют в современных СМИ.

Исходя из поставленной цели, формируются следующие **задачи**:

- изучить соответствующую научную литературу по теории массовой коммуникации, особенностям публицистических текстов, интертекстуальности, проблемам прецедентных феноменов, их возникновению и функционированию, а также по лингвопрагматике;
- рассмотреть известные классификации прецедентных феноменов;
- дать определение понятиям «прецедентные тексты», «интертекстуальность», «массовая коммуникация», «лингвопрагматика»;
- выявить прецедентные феномены в современном масс-медиа дискурсе;
- исследовать семантические и функциональные особенности прецедентных феноменов, проследить их трансформации;
- проанализировать функционирование прецедентных феноменов, определить их прагматическую задачу и проклассифицировать их по источнику и тематике.

Актуальность работы связана с ростом интертекстуальности в русском современном дискурсе. Ранее цитаты, аллюзии, крылатые выражения использовались лишь для украшения речи. На данном этапе употребление подобных стилистических фигур рассматривается как социокультурный феномен не только в речи отдельной языковой личности, но и в системе массовой коммуникации.

Также актуальность исследования обусловлена повышением интереса ученых к сложившемуся в современном обществе типу осмысления

действительности, который трактуется как постмодернистская парадигма. Именно доминирование данного явления способствовало появлению и развитию теории прецедентности.

Значимость работы состоит в том, что данный материал можно будет использовать при преподавании таких дисциплин, как лексикология, лингвистический анализ художественного текста, лингвистика текста, лингвокультурология, культурология и др.

Методы исследования общенаучные:

- эмпирические (наблюдение, сравнение, описание, классификация, опрос)
- теоретические (формализация)
- общелогические (анализ, синтез).

Методологической основой данного исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых в области теории дискурс-анализа (Н.Ф. Алефиренко, Н.Д. Арутюновой, Е.С. Кубряковой и др.), медиалингвистики (Т.Г. Добросклонской и др.), прагмалингвистики (М.Р. Желтухина, В.И. Карасик, Т.Г. Добросклонской и др.), теории интертекстуальности (Е.А. Попова, В.Е. Чернявской и др.) и теории прецедентности (Ю.Н. Караулова и др.).

Структура исследования. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

ГЛАВА I. ПОНЯТИЕ ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ ФЕНОМЕНЫ В ДИСКУРСЕ

1.1. Масс-медиаальный дискурс как материал для лингвистического исследования

В современном обществе средства массовой информации играют важнейшую роль. Тщательно подбирая языковые формулы для текстов своих передач и статей, они выполняют четкие прагматические задачи: влияют на восприятие информации, определяют и формируют систему ценностей, мировоззрение и взгляды, учат поведению в определенной ситуации. Исходя из этого, ученые говорят о развитии нового информационного типа общества. Одной из основных проблем информационного пространства является проблема восприятия, понимания и интерпретации исходных сведений. Изучение того, каким образом масс-медиа воздействует на сознание и поведение человека, представляет большой интерес в таких областях, как лингвистика, социология, политология, культурология, журналистика и др. Именно исследование масс-медиаального дискурса выявляет все более увеличивающееся воздействие СМИ за счет интерпретации событий и трансформации передаваемой информации.

Современная лингвистика поднимает разнообразные проблемы, среди которых: отбор речевых формул в текстах масс-медиа, диалог адресанта и адресата, взаимодействие дискурса и власти и многих других, тем самым отвечая на вопросы о роли языка в мировом информационном пространстве. Активное освещение политического положения в международных и местных средствах массовой информации повышает к ней интерес носителей языка различных лингвокультур. Социальная, экономическая и политическая ситуации в государстве создают определенные условия успешного или, напротив, неудачного протекания медиа-политической коммуникации. В свою очередь, политический, масс-медиаальный и другие типы дискурса,

несомненно, оказывают влияние на социально-экономическую, культурную и политическую жизнь страны.

Прежде чем начать более детально рассматривать лингвистические характеристики масс-медиа дискурса, представляется необходимым дать общую характеристику понятия «дискурс», которое находится в фокусе интересов современного языкознания и ряда других гуманитарных наук, в том числе литературоведения, семиотики, социологии, философии, этнологии и антропологии, направленных на изучение различных аспектов функционирования языка. Исходя из того, что понятие является предметом рассмотрения многих дисциплин, вполне естественно, что многозначность термина находит свое отражение в различных подходах к определению значения и сущности данного понятия. Поэтому в современной науке нет единой дефиниции, позволяющей более полно охватить существенные признаки и характеристики данного феномена.

Исследованию дискурса посвящено множество отечественных и зарубежных работ разных исследователей (Н.Д. Арутюнова, Т.А. Ван Дейк, Н.К. Данилова, В.И. Карасик, В.В. Красных, Ю.С. Степанов, В.Е. Чернявская, J. Nabergma и др.). Их анализ демонстрирует широкий спектр употребления, а также неоднозначность в толковании данного понятия.

В языкознании развитие теории дискурса началось в 60-70-х гг. XX века и было связано с разработкой теории речевых актов, в которой речевое действие приравнивалось к социальному действию. «Выявлению сущности дискурса способствовал интерес к субъективному аспекту речи (речевому употреблению). В терминологическом значении слово дискурс одним из первых употребил Э. Бенвенист» [Степанов 1995: 231].

В своем исследовании мы будем придерживаться определения, предложенного В.В. Петровым и Ю.Н. Карауловым. Эта дефиниция аккумулирует воззрения на «дискурс» нидерландского учёного Т.А. Ван Дейка, которому в современном языкознании отдается ведущая роль в описании дискурса: «дискурс – это сложное коммуникативное явление,

включающее, кроме текста, ещё и экстралингвистические факторы (знания о мире, установки, цели адресанта), необходимые для понимания текста» [Ван Дейк 1989: 7]. Необходимо отметить, что это лаконичное определение было в качестве отправного пункта положено в основу многих лингвистических исследований текста современного периода. Наиболее полное определение, которое с некоторыми оговорками можно назвать уже классическим среди отечественной лингвистики, в Лингвистическом энциклопедическом словаре дает Н.Д. Арутюнова: «дискурс – это связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» [Арутюнова 1990]. Наиболее емкое определение исследователь поместил в следующей дефиниции: «Дискурс – это речь, «погружённая в жизнь» [Арутюнова 1990].

Чтобы дать более объемное определение масс-медийному дискурсу, необходимо рассмотреть его в трех аспектах: структурном, функциональном и тематическом. Т.Г. Добросклонская в статье «Массмедийный дискурс как объект научного описания» говорит: «Определения дискурса, которые основаны на структурном подходе, позволяют выделить ключевые компоненты речевой деятельности, участвующие в процессе коммуникации: от отправителя сообщения и его получателя до канала распространения и контекста общения, который является важнейшим экстралингвистическим компонентом структурных определений дискурса» [Добросклонская 2014: 182]. Именно контекст включает такие аспекты, как исторический, временной, политический, социальный и культурно-идеологический. Также структурный подход демонстрирует различие между такими важнейшими понятиями как текст, медиатекст и дискурс. Так, можно сказать, что текст – это сообщение, медиатекст – это сообщение плюс канал, а дискурс – это сообщение в совокупности со всеми прочими компонентами коммуникации.

Главным критерием определения дискурса в рамках функционального подхода является взаимосвязь речепотребления с различными сферами человеческой деятельности, которые во многом и обуславливают особенности речевой коммуникации. При этом дискурсообразующими характеристиками текстов выступают различные общественно значимые сферы человеческой коммуникации и речевой практики: наука, образование, политика, медицина, средства массовой информации и т. д. На основе речевых практик в соответствующих сферах выделяются разные виды дискурсов, например, научный, политический, медицинский и, конечно, интересующий нас масс-медийный. С точки зрения функционального подхода медиа-дискурс представляет собой «совокупность текстов, функционирующих в сфере массовой коммуникации» [Добросклонская 2014: 182].

Не менее важен третий подход к определению дискурса – тематический, который позволяет сгруппировать письменные и устные тексты как продукты речевой деятельности вокруг определенных социально-значимых тем, которые оказываются в центре общественного внимания, например, политика, образование, культура, расовые отношения, иммиграция, терроризм, феминизм и т.д.

Концепция медиа-дискурса основывается на всех трех аспектах, позволяя составить более полное представление о речевой деятельности в сфере масс-медиа, поскольку охватывает не только вербальное сообщение плюс медиаканал, но и все экстралингвистические факторы, связанные с особенностями создания медиасообщения, его получателя, обратной связи, культурообусловленных способов кодирования и декодирования, социально-исторического и политико-идеологического контекста.

Итак, медиа-дискурс – это «функционально-обусловленный тип дискурса, который понимается как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [Добросклонская 2014: 182].

1.1.1. Массовая коммуникация как особый вид коммуникации

В связи с процессами глобализации и интеграции стран мира (в том числе интеграции культурной) активизировалось сближение деловой и потребительской культуры разных государств, а также рост международного общения. Именно это обусловило особенности современных, бурно развивающихся масс-медиа: свободу выражения, спонтанность речи, демократизацию языка, использование нелитературной лексики и др. Вся специфика связана со сложившейся в обществе социально-политической и языковой ситуацией, так как язык является прямым транслятором и выражает языковую картину мира.

Рост международного общения обусловил такую черту в публицистике, как диалогичность. Отметим, что наряду с термином *общение* широкое распространение получило слово *коммуникация*. Чаще всего они используются как синонимы. Приведем словарную статью из «Лингвистического энциклопедического словаря»: «Коммуникация (лат. communicatio, communico – делаю общим, связываю, общаюсь) – общение, обмен мнениями, сведениями, идеями и т.д. – специфическая форма взаимодействия людей в процессе их познавательно-трудовой деятельности» [Горелов 1990]. «В последнее время в научной литературе делаются попытки развести смысл терминов общение и коммуникация, однако общепринятого мнения по данному вопросу не существует» [Введенская 2005: 65]. В нашем исследовании мы будем опираться на точку зрения Л.А. Введенской и употреблять данные термины как синонимы.

Благодаря событиям, которые происходят в процессе мировой глобализации, наряду с межличностным и групповым видами общения, выделился третий вид – массовый. Этим термином обозначается «исключительно обширная по сфере распространения и развертывающаяся при этом синхронно языковая коммуникация, имеющая своим содержанием

самые разнообразные области жизни масс» [Розенталь, Теленкова 1985: 114]. Можно выделить общие условия, необходимые для функционирования массовой коммуникации. Наличие технических средств, обеспечивает регулярность и тиражированность массовой коммуникации. Среди технических средств, обеспечивающих коммуникацию, принято различать средства массовой информации, средства массового воздействия и собственно технические средства. К СМИ относятся периодическая печать (пресса), радио и телевидение. К средствам массового воздействия относятся все зрелищные представления (кино, театр, цирк и т.п.) и художественная литература. Технические средства коммуникации (телефон, телетайп и т.п.) не имеют массового охвата аудитории, и передаваемая информация может носить сугубо личный характер, не связанный с социально значимыми реалиями. Социальная значимость информации способствует повышению мотивированности массовой коммуникации. Воздействие информации зависит от того, насколько она соответствует социальным запросам аудитории и насколько регулярна. Наряду с социальной актуальностью смысловой информации, большое значение имеет оценочная информация. Ожидание оценочной информации от СМИ объясняется тем, что они как социальные институты имеют статус официального источника информации, к которому массовая аудитория имеет доверие. Именно оценочная информация в значительной степени способствует формированию общественного мнения. Монополия на СМИ, в какой бы форме ни проявлялась, служит целям идеологического, политического, экономического и нравственного воздействия на сознание и деятельность людей. Массовая аудитория как компонент массовой коммуникации характеризуется неоднородностью, рассредоточенностью (по территориальному признаку) и анонимностью. По словам С.В. Бориснева: «Перед СМИ стоит трудная задача – совмещение и вместе с тем разграничение массовой и личностной социальной ориентации. Речь идет о социальной ориентации оценочной информации, оказывающей сильное воздействие на общество и на индивида»

[Бориснев 2003: 72]. Массовая коммуникация отличается многоканальностью и возможностью выбора коммуникативных средств. Используются визуальный, аудитивный и аудитивно-визуальный каналы, обусловленные спецификой СМИ. Основное различие между ними заключается в преимущественном использовании письменной или устной форм коммуникации. Для прессы характерно использование общелитературного письменного языка (книжных слов, терминов). Для радио и телевидения типично использование форм устной коммуникации, которые включают элементы разговорной речи. Поддержание образцов нормативной речи и разграничение функциональных стилей, обусловленное социальной дифференциацией, являются важными функциями СМИ в их коммуникативной деятельности.

Принято считать, что основной функцией массовой коммуникации является воздействие на аудиторию через содержание передаваемой информации. В отечественной психолингвистике выделяются четыре функции, типичные для радио и телевизионного общения:

«1) оптимизация деятельности общества за счет ориентации на социальное общение, позволяющее изменить коллективную (совместную) деятельность;

2) функция контакта, которая играет роль в формировании группового сознания;

3) функция социального контроля через использование социальных норм, этических и эстетических требований;

4) функция социализации личности – воспитательная функция привития личности тех черт, которые желательны для общества» [Леонтьев 1974: 46-48].

1.1.2. Понятие публицистического текста

Текст в современной лингвистике признается «высшей реальией языка» [Золотова 1998: 6]. Одним из классических в отечественной науке

определений текста является определение И.Р. Гальперина, сформулированное в конце 1970-х годов: «Текст – это произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку» [Гальперин 2004: 18]. Современная наука признает, что тексты, посредством которых осуществляется массовая коммуникация, выполняют в мировом информационном пространстве особые функции, и в их исследовании есть своя специфика. «В современных условиях становления информационного общества особую актуальность приобретает изучение дискретных единиц медиапотока. Вне всякого сомнения, основной такой единицей является медиатекст, рамки которого позволяют объединить такие разноплановые и многоуровневые понятия, как газетная статья, радиопередача, телевизионные новости, Интернет-реклама и прочие виды продукции средств массовой информации. Появившись в 90-х годах XX века в англоязычной научной литературе, термин «медиатекст» быстро распространился как в международных академических кругах, так и в национальных медиадискурсах. Быстрое закрепление концепции медиатекста в научном сознании было обусловлено всё возрастающим интересом исследователей к изучению проблем медиаречи, особенностей функционирования языка в сфере массовой коммуникации» [Добросклонская 2008: 29].

Концепция медиатекста как объемного многоуровневого явления дополняется устойчивой системой параметров:

- способ производства текста (авторский – коллегиальный);
- форма создания (устная – письменная);
- форма воспроизведения (устная – письменная);

- канал распространения (средство массовой информации – носитель: печать, радио, телевидение, Интернет);
- функционально-жанровый тип текста (новости, комментарий, публицистика (features), реклама);
- тематическая доминанта или принадлежность к тому или иному устойчивому медиатопику [Добросклонская 2008: 29, 31].

Существуют различные классификации современных публицистических жанров. В соответствии с одной из них все жанры делятся на три группы: информационные (интервью, репортаж, заметка и т.д.), аналитические (статья, обзор, рецензия и т.д.) и художественно-публицистические (эссе, очерк, памфлет и др.). Важной структурной единицей всех жанров является заглавие. К многим статьям и телерепортажам «прикрепляются» крылатые выражения, афоризмы, цитаты, что является одним из признаков интертекстуальности.

1.2. Интертекстуальность как лингвистический феномен

Явление интертекстуальности является предметом научного интереса с давних времен. Однако в настоящее время проблема интертекста или «чужого» слова в «своем» является одной из самых исследуемых, хотя начала разрабатываться только после 1960-х гг. ввиду возросшей доступности массового образования и развития средств массовой коммуникации, приведших к семиотизации человеческой жизни. Несмотря на новизну термина «интертекстуальность», предложенного семиотиками Р. Бартом и Ю. Кристевой в 1967 г., обозначаемое этим термином явление «текста в тексте» было открыто еще М.М. Бахтиным и описано им в работах, посвященных проблеме диалогичности художественного текста. В стилистике и лингвистике текста межтекстовые связи традиционно рассматриваются в рамках проблемы взаимодействия «своей» и «чужой» речи (цитат, аллюзий, реминисценций и т.п.).

Термин был введен для обозначения общего свойства текстов, призванного указать на присутствие между ними связей, посредством которых тексты или их части способны различными способами эксплицитно или имплицитно ссылаться друг на друга. Иными словами, смысл одного текста формируется благодаря ссылкам на другой текст, скрыто или явно присутствующий в творчестве того же автора в предшествующей литературе или смежном дискурсе. Необходимо заметить, что «современное понимание текста как одного из главных элементов культурного диалога позволяет рассматривать интертекстуальность как важнейшее текстовое свойство, способствующее углублению и расширению его (текста) смысла» [Чумак-Жунь 2004].

Понятие интертекстуальности не только вышло за рамки лингвистических исследований, но и сделало размытыми границы между различными формами хранения культурного знания (например, границы между различными видами дискурса, средствами массовой информации), что позволяет говорить уже не об интертекстуальности, а об «интермедиальности» [Фатеева 2006: 109]. Но все же наибольшее развитие понятие интертекстуальности получило в филологических науках, где оно широко применяется для анализа различных типов дискурса. Лингвисты исследуют интертекстуальные связи в художественной литературе, как в стихах, так и в прозе (Ю.Н. Караулов, Н.А. Кузьмина, Н.А. Фатеева, И.И. Чумак-Жунь и др.), в дискурсе средств массовой информации (Д.Б. Гудков, В.В. Красных и др.), в смеховых жанрах (Г.Г. Слышкин), в рекламе (М.Ю. Илюшкина, С.Л. Кушнерук), в политическом дискурсе (Д.Б. Гудков, Н.В. Немирова и др.), в научном дискурсе (Е.В. Михайлова) и в ряде других областей. Такой широкий масштаб исследований и разнообразный материал для анализа говорит об универсальности понятия «интертекстуальность».

1.3. Типы прецедентных феноменов

Активное использование в дискурсе современных СМИ крылатых выражений, афоризмов, культурно-исторических аллюзий, которые, в соответствии с современной терминологией, принято определять как прецедентные тексты, обусловлено особенностями сложившейся в речевом общении коммуникативной ситуации. Эти особенности заключаются в следующем:

- в коммуникативном сознании доминирует постмодернистское мышление;
- в текстах СМИ выполняется четкая прагматическая задача – намерение заинтересовать адресата;
- в языковой практике необычайно распространена языковая игра.

Введение термина «прецедентный текст» предопределено доминированием постмодернистской парадигмы. «Постмодернизм – термин, обозначающий структурно сходные явления в мировой общественной жизни и культуре второй половины XX века и XXI века. Постмодерн – состояние современной культуры, включающее в себя своеобразную философскую позицию, допостмодернистское искусство, а также массовую культуру этой эпохи» [Дианова 2003: 125]. В постмодернистском искусстве нивелировались универсальные каноны, подчиненные строгой иерархии эстетических ценностей и норм. Лишь ничем не ограниченная свобода самовыражения художника может считаться единственной непререкаемой ценностью. В настоящее время уже можно обозначить постмодернизм сложившимся стилем со своими типологическими признаками, основным из которых является использование готовых форм. В данной парадигме заимствованный материал может претерпевать некоторые модификации, но чаще он извлекается из контекста и помещается в новую, несвойственную ему, область. В этом состоит его глубокая маргинальность. Любая бытовая или художественная форма, в первую очередь, есть «для него только источник стройматериала» [Брайнин-Пассек 2002: 7]. Потенциальная возможность свободного манипулирования любыми готовыми формами, а также

художественными стилями прошлого в ироническом ключе, обращение ко вневременным сюжетам и вечным темам, ещё недавно немислимое в искусстве авангарда, позволяет акцентировать внимание на их аномальном состоянии в современном мире. Новизна постмодернизма – синкретизм старого, прежнего, уже бывшего в употреблении, использованного в новом маргинальном контексте. Для любой постмодернистской практики (кино, литература, архитектура или иные виды искусства) характерны исторические аллюзии. Игра – основополагающий признак постмодернизма как его ответ на любые иерархические и тотальные структуры в обществе, языке и культуре.

Остановимся более подробно на *языковой игре*. В отечественном языкознании термин вошел в широкий научный обиход после публикации одноимённой работы Е. А. Земской, М.В. Китайгородской и Н.Н. Розановой, хотя сами лингвистические явления, обозначаемые данным термином, имеют достаточно длительную историю изучения. Как указывается в данной работе, это «те явления, когда говорящий «играет» с формой речи, когда свободное отношение к форме речи получает эстетическое задание, пусть даже самое скромное. Это может быть и незатейливая шутка, и более или менее удачная острота, и каламбур, и разные виды тропов (сравнения, метафоры, перифразы и т.д.)» [Земская 1983: 175]. В современной лингвистике активно ведется исследование языковой игры в средствах массовой информации. В данном направлении работают С.В. Ильясова, С.И. Сметанина и др. Языковая игра широко используется журналистами в заголовках СМИ чаще всего посредством прецедентных текстов»

В России термин «прецедентный текст» был введен в научный обиход Ю.Н. Карауловым в докладе «Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности» на VI Международном конгрессе преподавателей русского языка и литературы в 1986 году. Прецедентные тексты определены им как тексты, «(1) значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, (2) имеющие

сверхличностный характер, т.е. хорошо известные широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, (3) обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [Караулов 2010: 216]. Таким образом, к определяющим характеристикам прецедентных текстов Ю.Н. Караулов относит: «хрестоматийность и общеизвестность; эмоциональную и познавательную ценность; реинтерпретируемость, проявляющуюся в их многократной интерпретации (воспроизводимости) в различного рода текстах и дискурсах, что в итоге ведет к тому, что такие тексты становятся «фактом культуры» [Караулов 2010: 217]. К числу прецедентных текстов принадлежат произведения художественной литературы (например, *«Евгений Онегин»*, *«Бородино»*), тексты песен, рекламы, политические публицистические тексты и т.д.

Г.Г. Слышкин уточняет определение прецедентных текстов: «Во-первых, можно говорить о текстах прецедентных для узкого круга людей (семейный прецедентный текст, прецедентный текст студенческой группы и т.д.). Во-вторых, существуют тексты, становящиеся прецедентными на относительно короткий срок и не только неизвестные предшественникам данной языковой личности, но и выходящие из употребления раньше, чем сменится поколение носителей языка (например, рекламный ролик, анекдот). Тем не менее, в период своей прецедентности эти тексты обладают ценностной значимостью, а основанные на них реминисценции часто используются в дискурсе этого отрезка времени» [Слышкин 2000: 29].

Термин набирает популярность, что приводит к появлению различных классификаций. Наряду с узким толкованием, он получает широкую интерпретацию, понятийные составляющие его изначального значения уточняются. В результате, сегодня в широком лингвистическом обиходе, помимо термина прецедентный текст, активно используются и термины прецедентное высказывание, прецедентное имя и прецедентная ситуация.

Рассмотрим термины, конкретизирующие обобщающее понятие – прецедентный текст. *Прецедентное высказывание (ПВ)* – это репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности, законченная и самодостаточная единица, которая может быть и не быть предикативной; сложный знак, сумма значений которого равна его смыслу. Сюда относятся цитаты из текстов различного характера (например, *Быть или не быть? Что делать? А судьи кто?*), а также пословицы (например, *тише едешь – дальше будешь*). ПВ неоднократно воспроизводятся в речи носителей русского языка, к их числу принадлежат и цитаты. Под цитатой в данном случае мы, вслед за Д.Б. Гудковым, понимаем следующее: «1) собственно цитата в традиционном понимании (как фрагмент текста); 2) название произведения; 3) полное воспроизведение текста, представленного одним или несколькими высказываниями» [Гудков 2003: 107].

Прецедентное имя – это индивидуальное имя, связанное или 1) с широко известным текстом, относящимся, как правило, к числу прецедентных (например, *Обломов, Тарас Бульба*), или 2) с ситуацией, широко известной носителям языка и выступающей как прецедентная (например, *Иван Сусанин, Колумб*). ПИ – лингвокультурологическая единица, обладающая экспрессивной, символической, коннотативной функциями, она способна передавать культурную информацию. Прецедентное имя может включать один (*Петр I*) или несколько элементов (*Ледовое побоище*), обозначая при этом одно понятие.

Прецедентная ситуация – некая «эталонная», «идеальная» ситуация, связанная с набором определенных коннотаций, дифференциальные признаки которых входят в когнитивную базу. Обозначающим ПС может быть ПИ или ПВ (например, «*Чернобыль*», «*холодная война*»).

1.4. Лингвопрагматика

Прагматика – «область исследований в семиотике и языкознании, в которой изучается функционирование языковых знаков в речи» [Арутюнова 1990]. Термин «прагматика» был введён в научный обиход в конце 30-х гг. XX века Ч. У. Моррисом в качестве названия одного из разделов семиотики, которую он разделил на семантику, изучающую отношение знаков к объектам, синтактику – раздел о межзнаковых отношениях, и прагматику, исследующую отношение к знакам говорящих. Выделение и формирование лингвистической прагматики как самостоятельной научной области лингвистических исследований началось в 60-х – начале 70-х гг. под влиянием логико-философских теорий речевых актов Дж. Остина, Дж. Р. Сёрла, З. Вендлера, прагматических теорий значения П. Грайса и прагматических теорий референции Л. Линского, Сёрла, П. Ф. Стросона и др.

В настоящее время границы дисциплины не вполне определились и остаются размытыми, что отражает тесное взаимодействие лингвопрагматики с такими гуманитарными и лингвистическими дисциплинами, как теория речевых актов, дискурсивный анализ, социолингвистика, психолингвистика, этнолингвистика, антропология, культурология, психология и пр.

Цель лингвистической прагматики – «изучение языка в контексте» – социальном, ситуативном и т. д., т. е. исследование языка как средства коммуникации» [Арутюнова 1990]. Лингвистическая прагматика, не имеющая чётких контуров, занимается целым комплексом вопросов, связанных с говорящим субъектом, адресатом, их взаимодействием в коммуникации, ситуацией общения. Основной проблемой является изучение организации высказывания в связи с целями высказывания, отношением говорящего к адресату и содержанию высказывания.

В связи с субъектом речи изучаются:

1. явные и скрытые цели высказывания («иллокутивные силы», по Остину);
2. речевая тактика и типы речевого поведения;

3. правила разговора, рекомендующие строить речевое общение в соответствии с принятой целью;
4. установка говорящего (прагматическое значение высказывания: косвенные смыслы высказывания, намёки, иносказание и т.д.);
5. референция говорящего, т. е. отнесение языковых выражений к предметам действительности, вытекающее из намерения говорящего;
6. прагматические пресуппозиции: оценка говорящим общего фонда знаний, интересов, мнений и взглядов, психологического состояния и способности понимания адресата;
7. отношение говорящего к тому, что он сообщает:
 - а) оценка содержания высказывания (его истинность или ложность, ирония, многозначительность, несерьёзность и пр.);
 - б) введение в фокус интереса одного из тех лиц, о которых говорящий ведёт речь, или эмпатия (термин С. Куно);
 - в) организация высказывания в соответствии с тем, чему в сообщении придаётся наибольшее значение.

В связи с адресатом речи изучаются:

1. интерпретация речи, в том числе правила вывода косвенных и скрытых смыслов из прямого значения высказывания, причем учитывается контекст, прагматическая ситуация и пресуппозиции, а также цели, с которыми говорящий может сознательно отступать от принятых максим общения;
2. воздействие высказывания на адресата (перлокутивный эффект, по Остину), а именно: расширение информированности адресата; изменения в эмоциональном состоянии, взглядах и оценках адресата; влияние на совершаемые им действия; эстетический эффект и т. п.;
3. типы речевого реагирования на полученный стимул (прямые и косвенные реакции, например, способы уклонения от прямого ответа на вопрос).

В современной лингвистике прецедентные феномены представляют большой интерес с точки зрения их прагматики. С. С. Чащина определяет прецедентные феномены как «лингвокультурное средство воздействия» [Чащина 2008: 293]. Прагматика прецедентных феноменов связана с проблемой их адекватного восприятия, так как помимо поверхностного значения следует еще учитывать и глубинное значение, которое и вызывает определенные ассоциации, так необходимые для корректной интерпретации.

Как говорилось ранее, лингвопрагматика как отдельная дисциплина возникла под влиянием теорий речевых актов Дж. Остина. В теории речевых актов проводится различие между прямыми и косвенными речевыми актами. Наш интерес представляют косвенные, которые в широком смысле можно назвать всяким коммуникативным актом: как речевым, так и невербальным, действительная цель которого не выражена явно. К данному виду можно отнести намеки, аллюзии, инсинуации и тому подобные способы непрямого информирования. Именно такое влияние оказывают на реципиента прецедентные тексты, активно включаемые медиатекст. Прагматический аспект прецедентных феноменов проявляется в том, что, будучи мощным средством воздействия на реципиента, они определяют систему ценностей и установок, передают интеллектуально-информационное содержание.

ВЫВОДЫ

Обобщая все вышесказанное, можно сделать выводы, что в современной лингвистике особый интерес исследователей вызывает дискурсивный анализ. В сфере весомой на сегодняшний момент масс-медиа действительности стало возможным выделение особого дискурсивного пространства – масс-медийного. Именно исследование *масс-медиального дискурса* выявляет все более увеличивающееся воздействие СМИ за счет интерпретации событий и трансформации передаваемой информации.

Наряду с привычными нам межличностным и групповым видами общения, выделился третий вид – *массовый*. Это стало возможным, благодаря событиям, произошедшим в процессе мировой глобализации (культурная интеграция, рост международного общения). Главной функцией массовой коммуникации является воздействие на аудиторию через содержание передаваемой информации. Основной единицей, посредством которой осуществляется массовое общение, является *медиа текст*, который обладает своими специфическими функциями, особенностями функционирования и имеет устойчивую систему параметров.

Ввиду возросшей доступности массового образования и развития средств массовой коммуникации, приведших в семиотизации человеческой жизни, в 1960-х гг. был введен термин *интертекстуальность*, под которым подразумевался феномен «текста в тексте». Явление интертекстуальности сделало размытыми границы между различными формами хранения культурного знания (например, границы между различными видами дискурса, средствами массовой информации). В дискурсе средств массовой информации в русле интертекстуальности чаще всего исследуются так называемые *прецедентные феномены*, которые были предопределены доминированием *постмодернистской парадигмы*.

В России термин «прецедентный текст» был введен в научный обиход с легкой руки Ю.Н. Караулова. Термин набирает популярность, что приводит к появлению различных классификаций. В результате, сегодня в широком лингвистическом обиходе, помимо термина прецедентный текст, активно используются и термины *прецедентное высказывание*, *прецедентное имя* и *прецедентная ситуация*.

В современной лингвистике прецедентные феномены представляют большой интерес с точки зрения их *прагматики*, которая выделилась в самостоятельную лингвистическую дисциплину под влиянием теорий речевых актов Дж. Остина. Прагматический аспект прецедентных феноменов проявляется в том, что, будучи мощным средством воздействия на реципиента, они определяют систему ценностей и установок, передают интеллектуально-информационное содержание.

ГЛАВА II. ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В ТЕЛЕВИЗИОННОМ ДИСКУРСЕ

2.1. Классификация прецедентных феноменов по источнику

Прежде чем мы начнем практический анализ предмета нашего исследования, необходимо дать обоснование выбора фактического материала. Участникам опроса предлагалось проголосовать за несколько вариантов ответа, максимально приближенных к их выбору в повседневной жизни. По результатам опроса среди молодежи, которую составили респонденты в возрасте от семнадцати до тридцати пяти лет, «Какие СМИ вы чаще всего используете?» были получены следующие результаты:

- лидирующую позицию занял вариант ответа «Интернет» (из 100 опрошенных респондентов данный вариант выбрало 97 человек, что составляет 97% от общего числа)
- на втором месте оказался вариант «телевидение», за который проголосовало 65 человек – 65%)
- третье место занял вариант «журналы», который набрал 35 голосов опрошенных (35%)
- четвертое место досталось «радио», за который проголосовало 6 человек (6%)
- пятое место поделили варианты «газеты» и «другое» с общим числом голосов 4 (за каждый вариант 2%).

Участникам опроса предлагалось проголосовать за несколько вариантов ответа, максимально приближенных к их выбору в повседневной жизни. Примечательно, что большинство опрошиваемых сразу же выбирали вариант «Интернет». Самым популярным ответом был вариант «Интернет» и «телевидение», менее популярным – «Интернет», «телевидение» и «журналы». Важно отметить, что на вопрос «Как Вы узнаете чаще всего о событиях, происходящих в мире?» участники в большинстве случаев

ответили, что смотрят новости (причем, чаще всего в сети Интернет, а не по телевизору), «листают новостную ленту», которая попадаетея при открытии браузеров, социальных сетей и т.п. (этот вариант в последнее время становится более популярным, потому что занимает минимум времени, при таком же количестве информативности). Также респонденты уверили, что все культурные, развлекательные, информационные передачи они чаще всего смотрят в Интернете, в том числе и сериалы, художественные и мультипликационные фильмы.

Результаты опроса можно представить в виде диаграммы:



По нашим наблюдениям, из всех программ сетки вещания (научно-популярных, познавательно-развлекательных (ток-шоу), культурно-просветительских и информационных) прецедентные единицы наиболее

активно используются в новостных телепередачах, самой популярной из которых, несомненно, является программа «Время». Примечательно, что «Время» – информационная телевизионная программа российского «Первого канала», который является государственным, и который, как следствие, чаще всего смотрят зрители. Позиционируя себя как главный канал страны, дирекция и руководители данной телекомпании выдвигают и соответствующие идеологические, культурные, поведенческие требования. Важную роль при этом играет характер языковых средств и формул, используемых в телевизионных передачах. Можно сказать, что речь корреспондентов находится под особым контролем руководителей соответствующих подразделений, перед которыми стоит четкая задача – удержать зрителя и дать определенную идеологическую установку. Для реализации этих установок необходимо, чтобы медиатексты были доступны массовой аудитории, т. е. максимально приближены к разговорной речи. Для этого и используются крылатые выражения, цитаты, аллюзии, словом, все, что принято относить к прецедентным текстам. По нашим наблюдениям, прецедентные тексты представлены:

- в самом содержании новости,
- в комментариях к нему,
- в качестве названия – они «прикреплены» к каждому сюжету.

В результате исследования новостных текстов, нам представляется возможным предложить свою классификацию прецедентных феноменов по сфере-источнику.

Знаменательно, что во всех видах репортажей лидирующую позицию занимают собственно *прецедентные тексты*. Среди них можно выделить:

- 1) пословицы и поговорки (*бабушка надвое сказала, на работу как на минное поле, двойная сила, в шаге от беды, первый контакт, аз и буки*);
- 2) фразеологизмы (*надежда умирает последней, маски сняты, постой ночь на морозе, а потом за себя в драке, львиная доля, звезды своего дела, ловля на живца*);

3) названия художественных фильмов (*«Выстрел в спину», «Уходя, уходи», «Мороз по коже», «В осаде»*);

4) названия художественных произведений (*«Пришли иные времена», «Краденое солнце», «Круглый стол с острыми углами»*);

5) термины (*история болезни, русский сезон – 2017, препятствие между врачом и пациентом, прямой наводкой по домам, нейтральная территория, театр абсурда, ползучее наступление*);

6) название журнала (*«Крылья Родины»*).

На втором месте по количеству употреблений находятся *прецедентные высказывания*. Их составляют следующие цитаты и выражения:

1) политических деятелей (*верхи не могут, низы не хотят, сын за отца, из всех искусств*);

2) деятелей искусства (*в России две проблемы: дураки и дороги, искусство как наркотик*);

3) цитаты из художественных произведений (*назло надменному соседу, досталось с широких штанин, почему у них такие большие уши, в ответе за то, что приняли*);

4) цитаты из художественных фильмов (*тепенька пошла, вся такая противоречивая*);

5) цитаты из музыкальных произведений (*платочки белые, долгие проводы – лишние слезы, медицина бессильна, учат в школе, партии рулевой*);

6) цитата из военного устава (*указы не обсуждаются*).

Прецедентные имена встречаются реже всего. Мы выявили один пример использования имени собственного – исторической личности (*Иван Грозный*).

2.2. Классификация прецедентных феноменов по тематике

Проклассифицировав прецедентные феномены по источнику, можно разделить их по признаку отнесенности к определенным темам, составляющих информационную программу «Время». Условно все новостные репортажи можно классифицировать следующим образом:

1. Политические (*двойная сила, первый контакт, на работу как на минное поле, скажи мне, кто твой друг, со своим уставом, трехсторонний механизм, аз да буки*),

2. Социально-культурные, т.е. такие, которые связаны с обществом и моралью (*две проблемы: дураки и дороги, танцы у вечного огня оценят полиция и следственный комитет, равнодушные убивают, вой сирены*),

3. Криминал и терроризм (*в шаге от беды, антигероя сексуального скандала привезли в следственный комитет, банды-одноразовки, бабушка надвое сказала, ловля на живца, адрес ни дома, ни улицы*),

4. Аварии (*микроавтобус стал огненной ловушкой, мороз по коже*),

5. Медицина (*сила милосердия – ответственность большого бизнеса, больные точки на карте, история болезни*),

6. Наука и техника (*потянуло на родину, крылья нового века, крылья Родины*),

7. Культура (*жизнь на сцене и в кино, их сила – желание захотеть, заглянуть вглубь столетия, львиная доля, президент спелся со студентами*),

8. Образование (*реп про царя Ивана Васильевича читал учитель Василий Иванович, постой ночь на морозе, а потом за себя в драке*),

9. О погоде (*тепленькая пошла, вся такая противоречивая*).

2.3. Формальные и семантические трансформации прецедентных феноменов

Типичной является ситуация, при которой названия репортажей прямо отражают его содержание или акцентируют внимание на нем. Прецедентные феномены используются без указания на текст-источник, предполагается, что

они известны зрителю, то есть осуществляется своеобразная *языковая игра*: адресат должен определить, что за текст используется и оценить замысел автора. Сами же прецедентные феномены практически никогда не употребляются в начальном, прямом значении, они претерпевают *трансформации*, содержательные или формальные. Это, с одной стороны, привлекает внимание слушателя, с другой – усиливает впечатление о сюжете. Трансформирование цитат придает стандартным речевым формулам большую экспрессию и дает возможность рождения нового, а иногда и целого «пучка» смыслов, а такие единицы реализуют диалогичность публицистического текста, в котором наличествуют. Кроме того, они эксплицитно или имплицитно выражают оценку. Существует многообразие классификаций изменения исходного текста, но мы в своей работе будем пользоваться типологией Д.Б. Гудкова. Гудков предлагает выделять 4 типа трансформации прецедентных феноменов [Гудков 2003: 209], которые подтверждаются и нашими примерами.

1. Замещение компонентов (лексическая субституция) – один из самых распространенных способов видоизменения прецедентных феноменов. Замещающее слово, как правило, совпадает с замещаемым по своим морфологическим характеристикам и синтаксической позиции, а также принимает на себя смысловую нагрузку:

«В ответе за то, что приняли»: в репортаже говорится о том, что бактерии-мутанты выработали устойчивость к самым сильным антибиотикам. Она из главных причин устойчивости бактерий – неправильный прием антибиотиков, их комбинирование друг с другом. Цитата Антуана де Сент-Экзюпери из художественного произведения «Маленький принц» звучит следующим образом: «Мы в ответе за тех, кого приручили». Исходя из логики репортажа, лексема «приручили» была заменена на слово «приняли». Благодаря этому, уточняется конкретный смысл информации, доносимой до зрителя: мы должны заботиться о своем здоровье, следить за тем, что и как часто мы принимаем в качестве лекарства.

«*Чертаново против пришельцев*» – трансформированное название известного американского полнометражного анимационного фильма «Монстры против пришельцев». Замещение стало возможным благодаря сюжету новости: фантастические спецэффекты и космические страсти: выходит фильм Бондарчука «Притяжение». Чертаново – район в Москве, в котором разворачиваются фантастические события фильма.

2. Усечение компонентов. Предполагается, что при чтении прецедентного текста читатель мысленно восстанавливает весь прецедентный феномен, договаривая мысль автора. Таким образом, осуществляется функция диалогичности текста.

«*Двойная сила*» – выражение произошло от пословицы «кто за свое дерется, тому и сила двойная дается». В репортаже говорится о том, как Россия и международная коалиция провели совместную операцию против террористов. Идея сообщения: государства боролись с терроризмом и объединяли свои усилия, чтобы вместе противостоять этой глобальной проблеме.

«*Две проблемы: дураки и дороги*» – выдержка из апокрифической фразы «в России две беды – дураки и дороги», которую часто приписывают Н.В. Гоголю. Повествуется о мужчине, который перекрыл дорогу скорой помощи, в которой везли женщину в тяжелом состоянии. А в республике Коми машина не проехала через сугробы. Мысль заключается в том, что зачастую врачи не могут спасти жизнь человека из-за внешних обстоятельств. Фраза говорит в общем, о проблемах русских, а в данном контексте семантика конкретизируется до случая со скорой помощью.

Строкой из стихотворения Е.А. Евтушенко «*Пришли иные времена*» озаглавлен репортаж, который носит политический характер. В нем говорится о борьбе с миграционной политикой Дональда Трампа. Основной тезис репортажа – в государстве сменилась власть, следовательно, политика, т.е. со сменой президента для страны наступает новый этап.

«Платочки белые» – фраза из песни «На Тихорецкую». Новость повествует о том, что в Мордовском селе возник конфликт по поводу уместности хиджабов, которые надевают в школу, несмотря на однозначный запрет Верховного суда. Слово «платок» акцентирует внимание на споре, который возник из-за национального головного убора – хиджаба.

«Сын за отца» – трансформированное высказывание И.В. Сталина «сын за отца не отвечает» путем усечения последней лексемы. В репортаже говорится о том, что противники Трампа устроили интернет-травлю его сыну. Благодаря усечению первоначальное значение выражения утрачивается, семантика становится прямо противоположной: за политику отца (Трампа) оппоненты начинают мстить ему через сына.

«Вся такая противоречивая» – усеченная цитата героини советского фильма «Покровские ворота» Анны Адамовны: «Я вся такая несуразная, вся угловатая такая, такая противоречивая вся». В репортаже речь идет о том, что погода несет новый сюрприз. Резкое похолодание меняется на оттепель, в Москве водителей призывают к осторожности. В исходной цитате говорится о характере героини, в трансформированном прецедентном высказывании речь идет о погоде. Природа олицетворяется и наделяется человеческими характеристиками. Это становится возможным, благодаря наличию общего качества для человека и природы («наличие в чем-нибудь условий, противоположных, противоречащих друг другу»).

«Аз и буки» – трансформированное цитирование пословицы «сперва аз да буки, а там и науки». В репортаже идет речь о том, что на Украине предложили штрафовать на всю заработную плату граждан, которые хоть слово скажут по-русски. Благодаря усечению компонентов данной паремии ее изначальное значение (сначала выучи алфавит, а потом уже занимайся изучением более сложных тем) утрачивается. Основным смыслом становится возможным благодаря наличию у пословицы внутренней формы. Аз и Буки – первые буквы в древнерусской азбуке, которая являлась общей для всех восточнославянских языков, в том числе русского и украинского. Таким

образом, репортаж несет мысль о том, что политики Украины стали забывать об историческом развитии своей страны, которое выражается в таком мощном культурном и лингвистическом явлении, как язык. При этом подчеркивается абсурдность этой ситуации.

3. Контаминация – соединение двух или нескольких прецедентных высказываний в одно. Также под термином *контаминация* понимается «соединение в одном контексте прецедентных текстов, принадлежащих различным культурным пластам» [Радбиль 1999: 32]. Подобное видоизменение структуры является достаточно редким.

В названии репортажа *«Реп про царя Ивана Васильевича читал учитель истории Василий Иванович»* используется сразу несколько прецедентных феноменов. Это два прецедентных имени – Иван Грозный – царь Иван Васильевич, Чапаев – известен из советских анекдотов как Василий Иванович, два прецедентных текста – названия произведений М.Ю.Лермонтова («Песня про царя Ивана Васильевича...») и Н.В. Гоголя («Повесть о том, как поссорился Иван Иванович с Иваном Никифоровичем»). Также в сознании советского и современного телезрителя имя Ивана Васильевича ассоциируется с бессмертной советской кинокомедией «Иван Васильевич меняет профессию», снятой в 1973 году режиссёром Леонидом Гайдаем по мотивам пьесы Михаила Булгакова «Иван Васильевич». Все это создает богатый культурный фон в репортаже о занятии по истории.

4. Добавление (расширение состава) – к исходной единице добавляется несколько новых компонентов, на которые и падает основная смысловая нагрузка. В результате данной модификации актуализируются семантические поля, способствующие пониманию смысла текста в целом.

«Сделка века уже дала результат» – трансформация осуществилась благодаря добавлению к исходному историко-политическому термину «сделка века «газ-трубы» оценочной характеристики. «Сделка века» – долгосрочное соглашение (международный контракт) 1970 года между СССР и Федеративной Республикой Германии о поставке в СССР труб большого

диаметра и другого оборудования для строительства газопровода в Западную Европу. Получило такое название из-за того, что явилось самым крупным за всю историю советско-германских соглашений, предполагающим сотрудничество в течение многих десятилетий. В данном репортаже речь идет о том, что после приватизации представителями крупных иностранных компаний пакета акций Роснефти было заключено новое соглашение. Сделка была очень выгодна для России, т.к. на компанию «Роснефть» наложены санкции. Благодаря добавлению положительной оценочной характеристики у зрителя формируется мнение о масштабности, результативности и прибыльности данного соглашения.

«Микроавтобус стал огненной ловушкой» – «Тойота» внезапно выехала на встречную полосу и лоб в лоб столкнулась с микроавтобусом УАЗ, который тут же загорелся. В двух машинах было двенадцать человек, восемь из них погибли. Название американского фильма «Огненная ловушка» было трансформировано путем добавления грамматической основы *микроавтобус стал*, что выполняет теперь главную роль в прецедентном тексте, уточняя его и акцентируя внимание на данной ситуации. Из-за несоблюдения ПДД автобус загорелся, что в итоге привело к летальному исходу. Цель репортажа – призвать водителей к осторожности на дорогах, чтобы передвижение на автотранспорте не оканчивалось трагически для людей.

«Правда о майдане пробилась на голливудские ковры» – в Америке свой взгляд на события массовой многомесячной акции протеста в центре Киева в 2013–2014 годах, начавшуюся в ответ на приостановку украинским правительством подготовки к подписанию соглашения об ассоциации между Украиной и Евросоюзом, представил американский кинорежиссёр, сценарист и продюсер, обладатель трёх премий «Оскар», Оливер Стоун в своем фильме «Украина в огне». Употребление словосочетания *голливудские ковры* активируют фоновые знания зрителей, которые ассоциативно связываются с так называемой *красной дорожкой*. Если исторически она использовалась

для обозначения маршрута следования глав государств в церемониальных и официальных мероприятиях, то в современном мире путешествие по этой дорожке является одной из важных частей премии «Оскар». Красная дорожка носит церемониальный характер, здесь проходит дефиле кинозвёзд, приглашённых на церемонию, и демонстрирующих драгоценности и наряды «от-кутюр». Таким образом, расширяя и уточняя значение прецедентного текста, составители репортажа хотели донести до зрителей, что нашумевшие события Украины очень заинтересовали всемирно известного режиссера.

Несмотря на то, что большинство прецедентных феноменов претерпевают формальные трансформации внешнего характера, встречается довольно большое количество и таких, которые внешне остаются неизменными. Такие единицы прецедентности претерпевают содержательные (внутренние) изменения.

Постоянным языковым приемом, который используется в названиях репортажей, является *фразеологический каламбур*. Возможность создания подобного каламбура вытекает из сохранения у фразеологизмов внутренней формы (т. е. исходного буквального их смысла) и относительной устойчивости. Трансформация семантики фразеологизмов возможна потому, что они обладают внутренней формой. А эта их особенность позволяет авторам «реставрировать» в той или иной степени стершийся образ и приспособить обобщенный, метафорический смысл того или иного выражения к конкретным условиям контекста.

Так, фразеологизм со значением ‘страшно’ – «*мороз по коже*» стал названием репортажа, в котором говорится о том, что в Пензе сотни домов остались без отопления после аварии на ТЭС. Главная мысль заключается в том, что людям холодно, они замерзают, т.е. на поверхность выходит внутренняя форма фразеологизма, в которой мотивирующее слово – *мороз*.

Явление, получившее большое распространение – прецедентный феномен-фразеологизм проявляет в контексте и прямое, и фразеологически связанное значение. В контексте возникает два ряда текстовых компонентов:

один ряд позволяет читателю воспринять фразеологическое, а другой – буквальное, исходное значение словосочетания, например: «*Постой ночь на морозе, а потом за себя в драке*». Новостной репортаж поднимает проблему образования: огромные очереди за места для первоклассников в школе. Первая часть названия реализует прямое значение: постоять – ‘пробыть, выстоять’, а во второй части данная лексема демонстрирует переносное значение фразеологизма «постоять за себя», т.е. защититься от других родителей, с которыми могут возникнуть конфликтные ситуации.

«*История болезни*». Изначально – медицинский термин-фразеологизм, называющий главный документ пациента, в котором описывается его состояние, диагноз, лечение. Речь в репортаже идет о том, что пациенты страдают от неправильной медицинской помощи. Люди должны заботиться о своем здоровье, следить за тем, чтобы медики соблюдали свои обязанности, выбирать компетентных специалистов. Название и репортаж связаны общей темой ‘здоровье’, ‘медицина’.

В паремиях так же, как и во фразеологизмах, нередко актуализируется внутренняя форма. «*Бабушка надвое сказала*» – поговорка, которая означает ‘сказать неясно, двусмысленно’. В репортаже повествуется о том, что граждане продолжают верить псевдоцелителям, экстрасенсам-авантюристам, несмотря на все разоблачения и противозаконные действия «целителей». Поговорка возникла еще в языческие времена, когда широко было распространено гадание. Ведуньи зачастую не могли дать отчетливую и точную информацию. Название репортажа через внутреннюю форму подчеркивает, что не надо верить аферистам, т.к. это может привести к необратимым последствиям.

ВЫВОДЫ

На основании всего вышесказанного можно констатировать, что, исходя из результатов анкетирования, наибольшую популярность среди СМИ имеют Интернет, телевидение и журналы. Мы обратились к телевизионному дискурсу как наиболее авторитетному и контролируемому. По нашим наблюдениям, сфера-источник – «русские паремии» (пословицы и поговорки) является наиболее востребованным при использовании в русском телевизионном дискурсе. На втором месте по количеству употребления находятся источники «художественные фильмы», «музыкальные произведения», «фразеологизмы». Также популярно цитирование из источников «художественные произведения» и «термины». Важно отметить, что используемая терминология стала впоследствии частотности употребления идиомами или же стоит на пути приобщения к фразеологической сокровищнице русского языка. Все эти единицы создают богатый культурный фон в сфере массовых коммуникаций. Прежде всего, они являются своеобразным зеркалом диалога «язык-культура», и как следствие, отражают языковую картину мира.

Как говорилось ранее, в текстах СМИ выполняется четкая прагматическая задача – намерение заинтересовать адресата. Суть прецедентного высказывания, за исключением редких случаев, заключается не в буквальном значении лексического состава, а в ассоциациях, которые тот должен вызвать. В этом случае прецедентный текст повышает выразительность, делает стандартную речевую формулу экспрессивной. Мотивировка использования может быть как для лучшего понимания репортажа, так и для наиболее яркого воздействия информации на слушателя. Прагматика прецедентных феноменов в репортажах программы «Время» состоит в том, что, включаясь в основной текст новостей, они оказывают мощное воздействие на зрителя. В свою очередь, они передают интеллектуально-информационное содержание, определяют систему

ценностей и установок, формируют общественное мнение. Подобные названия репортажей употребляются для объединения нации, ее самобытности, т.к. понятие прецедентного текста является неотъемлемой частью лингвокультуры.

ГЛАВА III. ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В ДИСКУРСЕ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ

3.1. Классификация прецедентных феноменов по источнику

Для рассмотрения прецедентных текстов в СМИ мы обратились к местному журнальному изданию «ОнОнас». Журнал издается уже в течение шести лет (начиная с сентября 2013 года) в Издательском доме «Мир Белогорья». Руководство позиционирует периодическое издание как журнал белгородской молодежи. По словам Вадима Кумейко, первого редактора журнала: «Он о нас – старшеклассниках, студентах, молодых специалистах. О тех, кто уже успел многого добиться, и тех, кто всего добьётся, потому что всё у них впереди...Это журнал о нас – разных и непременно интересных» [ОнОнас №1: 3]. Сфера распространения издания – высшие и средние специальные учебные заведения, учреждения культуры и спорта, музеи, кинотеатры, кафе, причем любой заинтересованный человек может взять экземпляр бесплатно.

Можно сказать, что основная направленность журнала – информационно-развлекательная. Так как журнал ориентирован на молодежь, тематику составляют новостные статьи о новейших технологиях и разработках, современных деятелях искусства (музыкальной индустрии, живописи, литературы), образовании, телевизионных передачах и ток-шоу, афиши на ближайшие мероприятия и многое другое. Исходя из тем, язык заметок и статей становится более свободным, более часто встречается разговорный стиль, молодежный сленг.

В результате исследования текстов статей, нам представляется возможным предложить свою классификацию прецедентных феноменов по сфере-источнику.

Знаменательно, что во всех видах статей, как и в телевизионном дискурсе, лидирующую позицию занимают собственно прецедентные тексты. Среди них можно выделить:

- 1) пословицы и поговорки (*«На вкус, цвет и текучесть», «Знания – золото»*);
- 2) фразеологизмы (*«На вес золота», «Выше крыши», «Все в шоколаде»*);
- 3) названия художественных фильмов, телепередач (*«Не один дома», «Ламповый Ургант», «50 дней лета», «Золотая пыль», «Операция Ы», «Своя игра»*);
- 4) названия художественных произведений (*«Принцесса в красной шапочке»*);
- 5) названия музыкальных произведений (*«Цвет настроения – серый», «А напоследок я схожу»*);
- 6) термины (*«Содержание и форма»*);
- 7) компьютерные и технические явления (*«Ok, Gogol»*);
- 8) детские игры (*«Горячо-холодно: как работаете в колл-центре»*).

В отличие от телевизионного дискурса, в журнале прецедентные имена встречаются нередко. Это позволило даже поставить их на второе место в классификации «по источнику». Мы выявили следующие примеры использования имени собственного и сценических псевдонимов:

- 1) писатели (*Н.В. Гоголь*);
- 2) музыканты (*«Noize MC и народный оркестр – это прорыв», «Переделайте любую песню Оксимирона так, чтобы получился гимн факультета»*);
- 3) публичные личности (*«Запишите интервью с любимым преподам в стиле Юрия Дудя»*);
- 4) деятели искусства (*«Как Станиславский завещал»*);
- 5) мифологические существа (*«Йоулупукки, ответь!»*);

На третьем месте по количеству употреблений находятся прецедентные высказывания. Их составляют следующие цитаты и выражения:

- 1) цитаты из художественных произведений (*«Я Вам пишу, чего же боле?»*);
- 2) цитаты из музыкальных произведений (*«Непростое украшеньё», «На дне твоих глаз»*);
- 3) цитаты из законов, уставов и пр. (*«Шаг вправо, шаг влево»*);
- 4) Цитаты из религиозных книг, мифологии и т.п. (*«Кетчунез: сотворение вкуса»*).

3.2. Классификация прецедентных феноменов по тематике

Проклассифицировав прецедентные феномены по источнику, можно проклассифицировать их на несколько тем, которые наиболее частотно встречаются в журнале «ОнОнас»:

1. Наука, техника и технологии (*«На вес золота», «Содержание и форма», «Непростое украшеньё», «Золотая пыль», «Кетчунез: сотворение вкуса», «Все в шоколаде»*);
2. Спорт (*«Шаг вправо, шаг влево»*);
3. Музыка (*Noize MC и народный оркестр – это прорыв*);
4. Профессии (*«Горячо-холодно: как работается в колл-центре», «Вьшие крыши», «Операция «Ы», «Принцесса в красной шапочке»*);
5. О погоде (*«Цвет настроения – серый»*);
6. Путешествия (*«50 дней лета»*);
7. Игры, развлекательные тесты, опросы и т.д. (*«Запишите интервью с любимым преподам в стиле Юрия Дудя», «Переделайте любую песню Оксимирона так, чтобы получился гимн факультета», «Ok, Gogol»*);
8. Праздники (*«Йоулупукки, ответь!»*);
9. Обзоры (*«А напоследок я схожу»*).

Примечательно, во всех номерах журналов, которые мы обозревали, нам не пришлось ни одна статья о политике, которая являлась ключевой

темой новостного дискурса, точно так же дело обстоит и с социально-культурными новостями, а также с прецедентными феноменами, которые относятся к темам криминал, терроризм и аварии.

3.3. Формальные и семантические трансформации прецедентных феноменов

Обратимся к классификации Гудкова.

1. Замещение компонентов (лексическая субституция).

«Цвет настроения – серый». В статье говорится о том, что наступил холодный и дождливый ноябрь, у студентов соответствующее депрессивное состояние, и предлагается раскрасить унылые будни, сыграв в предложенную игру. Исходной точкой данной фигуры речи стала известная песня российского музыканта, продюсера и шоу-мена Филиппа Киркорова «Цвет настроения – синий». Что означает эта фраза? Дело в том, что в английском языке слово *blue* помимо основного значения ‘имеющий окраску одного из основных цветов спектра – среднего между фиолетовым и зеленым’, ‘синий’, ‘голубой’ в определенном контексте означает ‘грусть’, ‘уныние’, ‘хандра’. Суть песни состоит в том, что лирическая героиня сбегает от бессмысленной рутины, «нелепой суеты» и, отбросивши все нормы приличия посредством алкоголя и музыки, забывает о своих проблемах и становится счастливой. Так, мы наблюдаем изменение первоначального значения: в синем цвете нужно видеть надежду и счастье взамен печали и уныния. Возникает вопрос: почему автор статьи не оставила первоначальное название песни, если в данном контексте слово *синий* имело аналогичное значение. Дело в том, что среднестатистический носитель языка не воспринимает это прилагательное с таким значением, с каким оно представлено в песне. А привычное русской языковой личности прилагательное *серый* сразу воспринимается как нечто грустное, однообразное, скучное и унылое. Если обратиться к словарю Ожегова, можно найти переносное значение данного прилагательного: «посредственный, ничем не замечательный» [Ожегов 1990: 712], это часто

реализуется в идиомах: «серые будни», «серая мышь». А так как здесь говорится об осеннем времени года и погоде, то можно обратиться и к прямому значению слова: «о погоде: пасмурный» [Ожегов 1990: 712]. Так, автор использует в тексте рубрики известную современную песню, замещая прилагательное на то, которое будет более понятно и доступно читателю, тем самым ориентируясь на среднестатистическую языковую личность.

«50 дней лета» – трансформированное название американской романтической комедии 2009 года режиссёра Марка Уэбба «500 дней лета». Благодаря замещению числового компонента, первоначальный смысл фильма утрачивается, остается лишь название, которое может угадать читатель. В заголовке статьи журналист реализует прямое значение: в репортаже рассказывается история волонтера-путешественника, который в течение пятидесяти дней путешествовал автостопом по городам России.

В репортаже с названием «Знания – золото» сообщается о том, где читатель может научиться технологии производства золотых ювелирных изделий. Привычное крылатое выражение «молчание – золото» трансформировано путем замещения подлежащего на лексему, которая отвечает содержанию статьи. При этом внешняя форма афоризма остается неизменной.

«А напоследок я схожу». Журналист говорит о том, что данный номер журнала (№9 (53), ноябрь 2018) вышел в свет 19 ноября – во Всемирный день туалета, поэтому они с редакцией решили сделать субъективную подборку городских уборных. В название репортажа вынесено название известного русскому человеку романса «А напоследок я скажу» из кинофильма «Жестокий романс», который был написан композитором Андреем Петровым на стихотворение Беллы Ахмадулиной «Прощание». Примечательно, что это последняя статья в данном номере, потому, нам показалось, очень удачным отметить это наречием *напоследок*. Лексема *скажу* заменена на *схожу*: изменение глагола позволило поставить акцент на другом действии. В русской языковой среде существует принятое народное

выражение сходить в уборную (туалет), это подтверждает и ТС Ожегова: «ходить – испражняться или мочиться (разг.). Ребенок ходит на горшок» [Ожегов 1990: 862]. Вполне объяснимо, почему авторы репортажа выбрали именно данный прецедентный текст и заменили его глагольный компонент.

«Кетчунез: сотворение вкуса». Нами был выявлен пример лексической субституции прецедентного текста с последующим расширением его состава. В первоначальном прецедентном тексте *сотворение мира*, пришедшем к нам из Библии, других религий и мифов и означающем создание, был изменен зависимый компонент *мир* на лексему *вкус*. Также была добавлена лексема *кетчунез*, которая расширяется трансформированным прецедентным текстом. Кетчунез – это слово, обозначающее кетчуп и майонез, чаще всего – их смесь. В лингвистике не сформировалось единой точки зрения по проблеме образования такого рода слов. Однако, некоторые лингвисты называют это явление лексической контаминацией, также распространение получили термины слово-гибрид, телескопированное слово. Коробкина Н.И. в статье «Бленд как новое речевое образование» называет этот процесс термином *блендинг* – «процесс образования новой лексической единицы на основе смешения двух исходных» [Коробкина 2012]. Так, в заметке идет речь об экскурсии, на которой работники предприятия рассказывали о технологии производства кетчупа и майонеза.

«Ok, Gogol» – трансформированная команда «Окей, Google» современного пользователя ПК, смартфонов и других гаджетов. С помощью этой голосовой команды можно искать информацию, прокладывать маршруты, создавать напоминания и т.д. Данное название открывает игру, которая представляет собой своеобразный новогодне-рождественский тест, по результатам которого читатель может узнать, какими качествами он обладает и как они помогут/не помогут ему в новом году. Важно отметить, что ответы представлены в виде персонажей и их характеристик из повести Н.В. Гоголя «Ночь перед Рождеством». Так, читатель становится участником не только игры-теста, но и языковой игры. Он видит прецедентное имя

Гоголь (отметим, что графически и фонетически слова Google и Gogol похожи) и словно задает писателю команду, чтоб он дал святочное гадание участнику этого ритуала.

2. Усечение компонентов.

Выбирая в качестве названия усеченное прецедентное высказывание «*Непростое украшеньё*», автор статьи играет в своеобразную игру с читателем: предполагается, что он должен прочесть название и «достроить» все высказывание, оригинал которого звучит так: «Обручальное кольцо – не простое украшеньё». При прочтении заголовка в сознании читателя возникает песня известного советского вокально-инструментального ансамбля «Лейся, песня», в которой повествуется о символе семейных отношений – обручальном кольце. В статье дается информация о технологии производства колец, в том числе и обручальных.

«*Шаг вправо, шаг влево*» – усеченное прецедентное высказывание, которое звучит следующим образом: «Шаг влево, шаг вправо – побег! Прыжок на месте – провокация! Стреляю без предупреждения». Приведенная фраза является цитатой, которой предупреждают конвоиры заключенных в России перед их транспортировкой. В народной среде более распространен сокращенный вариант: «Шаг вправо, шаг влево – расстрел». Благодаря усечению последующих компонентов, несущих особую смысловую нагрузку, автору статьи удалось сосредоточить внимание читателя на девербативе *шаг*, основным значением которого является действие, подвижность, физическая нагрузка. Именно в заголовке статьи, главной темой которой является представление впечатлений и отзывов белгородцев об использовании ими фитнес-браслетов, их достоинствах и недостатках, у читателя возникает концепт *Спорт*.

«*Операция «Б1»*» – усеченное название советского комедийного художественного фильма, снятого режиссёром Леонидом Гайдаем «Операция «Б1» и другие приключения Шурика». Благодаря усечению компонентов исчезает субъект действия и остается акцент на действии, которое

выражается существительным операция (отдельное действие в ряду других подобных). В статье идет речь о рабочем, обязанностью которого является сбивать сосульки во избежание травм прохожих. Так, отсылка к кинофильму позволяет вспомнить читателям фрагмент, в котором персонаж, которого играл Юрий Никулин, срывал на складе замок. Таким же прибором, только намного больше по размеру орудует борец с сосульками.

3. Контаминация

Название статьи *«Принцесса в красной шапочке»* совмещает в себе сразу несколько прецедентных текстов. В заметке идет речь о том, что девушка из Белгорода стала стюардессой авиакомпании «Эмирейтс», бортпроводницы которой носят головной убор в виде красной шапочки с белой вуалью. С одной стороны, название сразу же вызывает аллюзию на сказку Шарля Перро «Красная шапочка». Именно у героини этой сказки главным отличительным признаком была красная шапочка. С другой стороны, это аллюзии на целый ряд сказок, в название которых входит слово *принцесса*. Вот некоторые из них: «Принцесса на горошине», «Принцесса Несмеяна», «Принцесса Лебедь», «Принцесса и лягушка» и др. Все эти сказки повествуют о прекрасных девушках, которые воспитаны, образованы и красивы, как и героиня нашей статьи.

4. Добавление (расширение состава)

«Горячо-холодно: как работает в колл-центре». Благодаря тому, что к названию детской игры «Горячо-холодно» добавилась фраза *как работает в колл-центре* читателю сразу становится ясна тема статьи (о профессии оператора call-центра). Примечательно, что добавочный компонент присоединяется придаточной частью, раскрывающей содержание того, о чем говорится в главной. Интересно, что если для детской игры слова горячо и холодно являются сигнальными знаками (соответственно близко или далеко находится предмет), то в статье данные наречия выполняют роль профессионализмов (холодные и горячие продажи, о специфике которых рассказывает интервьюируемый).

Отдельно хотелось бы рассмотреть использование прецедентных имен в рубрике «Игра». *«Переделайте любую песню Оксимирона так, чтобы получился гимн факультета»* – автор использует прецедентное имя Оксимирон (популярный реп-исполнитель), чтобы напомнить читателям о творчестве этого музыканта, а также предложить выполнить своеобразное задание, суть которого изложена в названии.

Ту же функцию и выполняет задание со следующим прецедентным именем: *«Запишите интервью с любимым преподам в стиле Юрия Дудя»*. Юрий Дудь – российский журналист и видеоблогер. Бывший главный редактор издания «Sports.ru», а с сентября 2018 года – заместитель генерального директора. С 2017 года является ведущим авторского шоу на YouTube-канале «вДудь». Выпуски представляют собой откровенное интервью с героем (бизнесменом, политиком, деятелем интернета, телевидения, театра, кино и шоу-бизнеса) продолжительностью от сорока минут до полутора часов. Так, автор игры намекает читателям об игре, основой которой станет беседа с преподавателем (сравни: «преподом» – слово взято из студенческого сленга) провокационного и откровенного характера.

Сценический псевдоним современного реп-музыканта содержится в названии статьи *«Noize MC и народный оркестр – это прорыв»*. Респондент, вокалистка филармонии, рассказывает о том, как и с чего началась ее карьера певицы и музыканта, что для нее это значит. С восторгом она рассказывает о том, как в Белгород приезжал наш земляк, ныне известный автор и исполнитель Noize MC (Иван Александрович Алексеев), на фестиваль «Этажи». После того, как ему была отослана запись с исполнением интервьюируемой его песни, он предложил спеть с ней вместе. Суть названия репортажа состоит в том, что филармония многое делает для культурной жизни области, часто экспериментирует и этим увлекает молодежь. Казалось бы, несопоставимые направления – народная музыка и современный реп – оба звучат на равных правах в таком заведении.

Прецедентное имя *Йоулупукки* в статье «*Йоулупукки, ответ!*» отсылает к концептам *Рождество Христово, Новый Год*. Йоулупукки в финской традиции – это Рождественский дед, который дарит подарки детям на Рождество. В настоящее время выглядит как Санта-Клаус: с белой бородой, в красной шубе и шапке, хоть и сохраняет некоторые национальные особенности. В репортаже повествуется о том, как автор переписывался с разными рождественскими персонажами, чаще всего это были Дедушки Морозы из разных стран. Также стоит обратить внимание, что в статье есть и просветительная функция: объясняется фольклорное происхождение, история развития данных образов вплоть до современного этапа и этимология имен собственных.

Как и в телевизионном дискурсе, в печатных изданиях мы встретили случаи трансформаций прецедентных феноменов, при которых единицы прецедентности претерпевают не формальные трансформации внешнего характера, а содержательные (внутренние) изменения.

Названием фильма, снятого по мотивам романа «Мэр Кэстербриджа» Томаса Харди, назван следующий этап в производстве украшений: «*Золотая пыль*». Смысл фильма полностью теряется, остается лишь прецедентный текст, чтобы привлечь внимание читателя. Трансформация происходит на содержательном уровне благодаря наличию внутренней формы. В репортаже идет речь о верхнем покрытии изделий, которое напыляется на него.

Также мы выделили несколько примеров с использованием прецедентного текста-идиомы. В статье с названием «*Выше крыши*» одноименный фразеологизм со значением ‘слишком много’, ‘сверх необходимого’ утрачивает свое метафорическое значение благодаря наличию внутренней формы. В статье идет речь о работе человека, в обязанности которого входит сбивать сосульки с крыш домов. Так, на поверхность выходит буквальный смысл фразы.

«*На вес золота*» – фразеологизм со значением ‘очень дорого’, ‘чрезвычайно ценно’, ‘значимо’ утрачивает свое метафорическое значение.

Объектом репортажа становится золото в его прямом толковании («ювелирные изделия из золота»): рассказывается о технологии производства ювелирных украшений.

В той же статье к каждой микротеме «прикреплен» свой подзаголовок. Так, философские категории, ставшие терминологическим аппаратом многих наук (в том числе лингвистики, литературоведения) «*Содержание и форма*» озаглавили следующую часть статьи. В привычном философском значении ученые трактуют так следующие лексемы: «Форма – способ существования содержания, неотделимый от него и служащий его выражением», «Содержание – единство всех основных элементов целого, его свойств и связей, существующее и выражаемое в форме и неотделимое от нее». Слова названия соотносятся с составляющими компонентами заметки: *содержание* с тем, о чем говорится в этой статье, т.е. реализуется значение «содержание – основная суть изложения; фабула»; *форма* – с тем, о чем именно рассказывает мастер-респондент (как изготавливается на производстве изделие, в какие формы нужно поместить металл, чтобы он застыл и получился таким, каким его задумал дизайнер), т.е. реализуется значение «форма – приспособление для придания чему-нибудь тех или иных очертаний». Использование терминов стало возможным благодаря их относительной устойчивости, повторяемости, а трансформация – полисемии данных лексем.

«*Все в шоколаде*» – метафорический смысл идиомы, который означает ‘все хорошо’, ‘в хорошем материальном состоянии’ утрачивается. Основным значением данной статьи является прямое, не фразеологически связанное. В репортаже рассказывается о посещении шоколадной мастерской, технологиях изготовления шоколада, главных ингредиентах, вкусовых качествах и др.

ВЫВОДЫ

Рассмотрев прецедентные феномены молодежного журнала «ОнОнас», можно сделать следующие выводы. Исходя из ориентированности на молодежного читателя, соответствующих его интересам тем, язык заметок и статей становится более свободным, часто встречается разговорный стиль и молодежный сленг.

Как и в телевизионном дискурсе, в дискурсе периодического издания лидирующую позицию занимают собственно прецедентные тексты. Среди них наиболее употребляемыми в журнале являются прецедентные тексты, источником которых послужили названия художественных фильмов, телепередач. На втором месте по употреблению находятся сферы-источники фразеологизмы и русские поговорки (поговорки); немного реже встречаются названия музыкальных произведений. Меньше всего авторы статей используют в качестве прецедентных текстов названия художественных произведений, термины, компьютерные и технические явления, детские игры.

В отличие от телевизионного дискурса, в журнале прецедентные имена встречаются довольно часто (однако реже, чем прецедентные тексты). Наиболее часто в качестве прецедентных имен выступают имена и творческие псевдонимы музыкантов, публичных личностей, писателей, деятелей искусства и мифических существ (расположено по порядку убывания).

На третьем месте по количеству употреблений находятся прецедентные высказывания. Наиболее частотными являются цитаты из музыкальных произведений, после – цитаты из художественной литературы, из законов, уставов и пр., и из религиозных книг, мифологии и т.п.

Проклассифицировав прецедентные феномены по источнику, можно проклассифицировать их на несколько тем, которые наиболее частотно встречаются в журнале «ОнОнас»: наука, техника и технологии, игры, развлекательные тесты, опросы и т.д., профессии, немного реже – спорт,

музыка, путешествия, праздники, обзоры, о погоде. Примечательно, что во всех номерах журналов, которые мы обзревали, нам не пришлось ни одна статья о политике, которая являлась ключевой темой новостного дискурса, точно так же дело обстоит и с социально-культурными новостями, а также с прецедентными феноменами, которые относятся к темам криминал, терроризм и аварии.

Обращаясь к трансформациям прецедентных феноменов, нужно сказать, что наиболее часто встречается такой вид, как замещение компонента (лексическая субституция). На втором месте находится усечение компонентов. Еще реже нам встретились прецедентные феномены с расширением компонентов. Реже всего прецедентные тексты трансформируются контаминационным способом (как и в ситуации с телевизионным дискурсом). Особого рассмотрения заслуживают феномены, которые трансформируются в содержательном плане, а не формальном: такие встречаются довольно часто. Также отдельно нами рассматривались случаи с использованием прецедентных имен.

Проанализировав два дискурсивные масс-медийные пространства, выявив прецедентные феномены и исследовав их трансформации, можно утверждать, что в телевизионных текстах четко регламентируется лексика и выразительные средства, к которым и относим прецедентные феномены. В материале журнала нами были выявлены довольно специфические прецедентные имена, тексты и высказывания, что свидетельствует о большей свободе при выборе конструкций, тем и выражений.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современной жизни СМИ отводится огромная роль. В их задачу входят как информирование и просвещение нации, так развлечение и реклама товаров и услуг. Исходя из интерпретации событий и явлений СМИ, у зрителей, читателей и слушателей формируется определенный угол зрения, под которым и воспринимается в дальнейшем действительность. Чтобы реципиент правильно понял исходный информационный код, необходимо, чтобы публицистические тексты были доступны массовой аудитории, т. е. максимально приближены к её разговорной речи. Тесная связь современных СМИ с разговорной речью обусловлена их ориентацией на среднестатистического реципиента, что находит своё широкое распространение в телевидении и прессе.

Паремии, афоризмы, фразеологизмы, всевозможные цитаты, аллюзии и реминисценции являются неотъемлемой частью современных масс-медиа. Сама коммуникативная направленность современных средств информации, воздействующих на аудиторию и тем самым вызывающих у широкой аудитории определенные чувства и эмоции, требует обращения к готовым стандартам, словесным формулам и языковым клише. Узнаваемость этих фраз привлекает внимание читателей, а юмористический, иронический или даже сатирический характер (а именно такой они носят чаще всего) создает тональность публикации и настраивает на дальнейшее восприятие. В современной лингвистике такие фразы принято обозначать прецедентными феноменами, лингвопрагматическая характеристика которых являлась предметом нашей работы.

В первой главе обзревалась теоретическая база. Изучалась научная литература, посвященная проблемам дискурсивного анализа, масс-медиального дискурса, современных масс-медиа, по теории массовой коммуникации, особенностям публицистических текстов, интертекстуальности, лингвистической прагматике, проблемам прецедентных феноменов, их возникновению и функционированию.

Многочисленные исследования показывают, что в информационном пространстве масс-медийный дискурс является одним из основных источников знаний людей о мире и происходящих в нем событиях. Именно дискурс СМИ представляет собой особое образование, в котором опосредованы все другие типы дискурсов, подчинённые основной цели масс-медиа как социального института – оказывать дифференцированное воздействие на многочисленную аудиторию посредством её информирования и оценки сообщаемой информации. Именно такое воздействие и выполняют включенные в публицистический текст прецедентные феномены.

Вторая глава представляет собой практическое исследование прецедентных феноменов в телевизионном дискурсе. Прецедентные феномены были проклассифицированы по источникам возникновения и тематическом употреблении в новостной телепередаче. Были даны лингвистические толкования и комментарии к единицам прецедентности, а именно: описано их возникновение, источники, причины появления, особенности включения в медиатекст и их прагматическая задача, т.е. то, как они воздействуют на зрителя. Особый интерес представляют трансформации прецедентных текстов. В своем исследовании, опираясь на классификацию Д.Б. Гудкова, мы выявили четыре типа трансформации прецедентных феноменов: замещение компонентов, усечение, контаминацию и добавление. Примечательно, что наиболее популярным способом трансформации является усечение. Несмотря на то, что большинство прецедентных текстов несут в себе и формальные, и содержательные трансформации, немало случаев, где трансформация осуществляется только на семантическом уровне. Единицы прецедентности могут реализовать и только свое прямое значение, однако их употребление в исходной семантике встречается очень редко.

Третья глава посвящена рассмотрению прецедентных феноменов в дискурсе периодической печати. По аналогии с предыдущим материалом Прецедентные феномены были проклассифицированы по источникам

возникновения и тематическому употреблению. Были рассмотрены все виды трансформаций прецедентных феноменов, однако нами были выявлены примеры, заслуживающие отдельного внимания. К таким относятся феномены, которые трансформируются в содержательном плане, а не формальном, что встречается довольно часто. Также отдельно нами рассматривались заголовки с использованием прецедентных имен.

Можно сделать вывод, что прецедентные феномены – это основная, базовая часть национальной языковой картины мира по той причине, что они формируют национальную систему ценностей и антиценностей, которая в той или иной мере регламентирует мнение широких масс и поведение представителей национально-лингвокультурного сообщества, объединяя «своих» и противопоставляя их «чужим».

Литература

1. Алефиренко Н.Ф. Когнитивно-дискурсивная парадигма языкового знака // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК / Под ред. проф. Г.Н. Манаенко. – Ставрополь: Изд-во СГПИ, 2009. – С. 7-17.
2. Алефиренко Н.Ф. Проблемы вербализации концепта: Теоретическое исследование. – Волгоград: Перемена, 2003. – 96 с.
3. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. – М., 1990. – С. 5-32.
4. Барт Р. От произведения к тексту // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
5. Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. / Под ред. Проф. В.П. Нерознака. – М.: Академия, 1997. – С. 227-244.
6. Бобровская Г.В. Прагматика газетного дискурса: иллюкутивный аспект образной речи // Язык и культура: материалы Международной научной конференции (Белгород, 25 марта 2010 г.) / отв. Ред. Проф. Н.Ф. Алефиренко. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2010 – С.31-35.
7. Болотнова Н.С. К вопросу о методике лингвокультурологического исследования текста в коммуникативной стилистике // Язык и культура: материалы Международной научной конференции (Белгород, 25 марта 2010 г.) / отв. Ред. Проф. Н.Ф. Алефиренко. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2010 – С. 35-40.
8. Бориснёв С.В. Социология коммуникации. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 270 с.
9. Брайнин-Пассек В. О постмодернизме, кризисе восприятия и новой классике. // Новый мир искусства. – 2002, – №5 (28). – С. 7-10.

10. Ван Дейк Т.А. К определению дискурса. – Л.: Сэйдж пабликэйшнс, 1998. – 384 с.
11. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 310 с.
12. Введенская Л. А. Русский язык и культура речи: Учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Катаева. 12-е изд. Ростов Н/Д: Феникс, 2005 – 544 с.
13. Виноградов В.В. Проблемы русской стилистики / В.В. Виноградов. – М.: Высшая школа, 1981. – 320 с.
14. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: КомКнига, 2007. – 144 с.
15. Гаспаров М.Л. Литературный интертекст и языковой интертекст // Известия АН. Сер. Литературы и языка. – 2002. – Т.61. – №4. – С.3-9.
16. Гудков Д.Б., Красных В.В., Захаренко И.В., Багаева Д.В. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. – 1997. – №4. – С. 106-117.
17. Гудков Д.Б. Прецедентное имя в когнитивной базе современного русского языка. // Язык, сознание, коммуникация. – М., 1998. – Вып.4. Филология. – С. 89-95.
18. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М.: Гнозис, 2003. – 288 с.
19. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию / В. Гумбольдт. – М.: Прогресс, 2000. – 400 с.
20. Дианова В. М. Постмодернизм как феномен культуры // Введение в культурологию. Курс лекций / Под ред. Ю. Н. Солониной, Е. Г. Соколова. — СПб.:СПбГУ, 2003. — С. 125—130.
21. Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания // Научные ведомости Белгородского государственного

- университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. – № 13 (184). – Вып. 22 – С. 181-187.
22. Добросклонская Т.Г. Язык средств массовой информации. – Москва: Ун-т, 2008. – 115 с.
23. Дускаева Л. Р. Диалогичность современных газетных текстов в аспекте речевых жанров / Л. Р. Дускаева. – Пермь: Изд-во Пермского университета, 2004. – 112 с.
24. Земская Е. А., Китайгородская М. А., Розанова Н. Н. Языковая игра // Русская разговорная речь. – М., 1983. – 276 с.
25. Золотова Т.А., Онипенко Н.К., Сидорова М.Ю. Коммуникативная грамматика русского языка. М., 1998. – 544 с.
26. Карасик В.И. О категориях дискурса // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты: Сб. науч. тр. – Волгоград – Саратов: Перемена. – 1998. – С. 185-197.
27. Караулов Ю.Н. Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности // Научные традиции и новые направления в преподавании русского языка и литературы. Доклады советской делегации на VI конгрессе МАПРЯЛ. М.: Русский язык, 1986. – С. 105-126.
28. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М.: ЛКИ, УРСС Эдиториал, 2010. – 264 с
29. Конецкая В.П. Социология коммуникаций. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997 – 304 с.
30. Коробкина Н.И. Бленд как новое речевое образование [Электронный ресурс] // Русская наука. – URL: http://www.rusnauka.com/8_NMIW_2012/Philologia/3_104738.doc.htm (дата обращения: 20.03.2019).
31. Крысин Л.П. Прецедентные феномены // Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 568 с.

32. Культурология. XX век. Словарь. – СПб.: Университетская книга, 1997. – 640 с.
33. Кузнецова Н.В., Трофимова О.В. Публицистический текст. Лингвистический анализ. – М.: Флинта, Наука, 2010. – 211 с.
34. Леонтьев А.А. Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. – М.: Наука, 1974. – 148 с.
35. Лингвистический энциклопедический словарь/ Под ред. В. Н. Ярцевой; Ин-т языкознания АН СССР. – М.: Сов. энцикл., 1990. – 682 с.
36. Негрышев А. А. Прагматика интертекстуальности в новостном дискурсе СМИ (на материале информационных заметок) [Электронный ресурс] // Международный научно-практический (электронный) журнал «INTER-CULTUR@L-NET». – 2005. – №4. – URL: http://www.vfnglu.wladimir.ru/Rus/NetMag/v4/v4_ar08.html (дата обращения: 15.12.2017).
37. Николаева Т.М. Краткий словарь терминов лингвистики. – М.: Прогресс, 1978. – 480 с.
38. Николина Н.А. Филологический анализ текста. – М.: Академия, 2003. – 256 с.
39. Новохачева Н.Ю. Стилистический прием литературной аллюзии в газетно-публицистическом дискурсе к. XIX - н. XX века: автореф. диссерт... кандидата филолог. наук. – Ставрополь, 2005. – 25 с.
40. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество, или Что нужно делать, чтобы читатели, телезрители, радиослушатели тебя понимали или вступали в диалог. – Екатеринбург, 2002. – 189 с.
41. Орехов А. В. Функционирование интертекстуальности в современном публицистическом дискурсе. Трансформация прецедентных феноменов [Электронный ресурс] // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. – №6 (177). – Выпуск 21. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsionirovanie-intertekstualnostiv->

- sovremennom-publitsisticheskom-diskurse-transformatsiya-pretsedentnyh-fenomenov (дата обращения: 18.03.2019).
42. Петрова Н. В. Эволюция понятия «прецедентный текст» [Электронный ресурс] // Вестник ИГЛУ – 2010 – №2 (10) – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-ponyatiya-pretsedentnyy-tekst> (дата обращения: 17.02.2019).
43. Покровская Е.А. Человек в языке и культуре: новый аспект изучения // Антропоцентрическая парадигма в филологии: материалы Международной научной конференции. Ч. 2. Лингвистика. – Ставрополь: Изд-во СГУ, 2003. – С.11-18.
44. Прохоров Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс. – М., 2004. – 222 с.
45. Радбиль Т. Б. Прецедентные тексты в языковой картине мира / Т. Б. Радбиль // Языковая картина мира в синхронии и диахронии: Межвузовский сборник научных трудов.– Нижний Новгород, 1999. – С. 26 – 35.
46. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов. – М.: Просвещение, 1985. – 399 с.
47. Русское культурное пространство: Лингвокультурологический словарь: Вып. первый / И.С. Брилева, Н.П. Вольская, Д.Б. Гудков, И.В. Захаренко, В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2004. – 318 с.
48. Словарь ассоциативных норм русского языка (САНРЯ) / Под ред. А. А. Леонтьева. – М.: МГУ, 1977. – 192 с.
49. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. – М., 2000. – 141 с.
50. Солганик Г.Я. Автор как стилеобразующая категория публицистического текста // Вестник МУ. – Сер. 10. Журналистика. – 2001 – №3. – С. 77-80.
51. Солодуб Ю.П. Интертекстуальность как лингвистическая проблема // Филологические науки. – 2000. – №2 – С. 50-57.
52. Степанов Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века: сборник статей / РАН,

- Институт языкознания РАН. – М.: Российский государственный гуманитарный университет, 1995. – 432 с.
53. Степанов Ю. С. «Интертекст», «Интернет», «Интерсубъект» (к основаниям сравнительной концептологии) // Известия АН. Серия Литературы и языка. – 2001. – Т.60. – №1. – С. 3-11.
54. Толковый словарь русского языка: в 4-х т. – М.: Сов. энцикл.: ОГИЗ, 1935–1940. – Т. 1: А – Кюрины / Сост. Г. О. Винокур, Б. А. Ларин, С. И. Ожегов, Б. В. Томашевский, Д. Н. Ушаков; / Под ред. Д. Н. Ушакова. – М.: Гос. ин-т. «Сов. энцикл.»; ОГИЗ, 1935. – 1562 с.
55. Ушаков Д.Н. Толковый словарь современного русского языка. – М.: Аделант, 2013. – 800 с.
56. Фатеева Н. А. Интертекст в мире текстов: Контрапункт интертекстуальности. Изд. 2-е, испр. – М.: КомКнига, 2006. – 280 с.
57. Харченко В.К. Прецедентное имя в разговорном и родословном дискурсе // Язык и культура: материалы Международной научной конференции (Белгород, 25 марта 2010 г.) / отв. Ред. Проф. Н.Ф. Алефиренко. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2010 – С. 190-195.
58. Чащина С. С. Прагматический потенциал прецедентных феноменов в рекламе // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. Аспирантские тетради. – 2008. – № 27 (61). – С. 292–298.
59. Чумак-Жунь И. И. Континуум текста и прецедентная ситуация [Электронный ресурс] // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. – №24 (95). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontinuum-teksta-i-pretседentnaya-situatsiya> (дата обращения: 19.09.2018).
60. Чумак-Жунь, И.И. Понятие *прецедентность* в контексте дискурсивных исследований / И.И. Чумак-Жунь // Журналистика и медиаобразование в XXI веке: сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. – Белгород, 2006. – С. 315 – 319.

61. Чумак-Жунь И.И. Художественный текст как феномен культуры: интертекстуальность и поэзия. Монография/ И.И. Чумак-Жунь. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2004. – 201 с.
62. Шаховский В.И. О способах эмотивной номинации // Семантико-системные отношения в лексике германских и романских языков. – Волгоград, 1981. – С. 113-121.