



УДК 070.41:81

РЕМИНИСЦЕНЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ ПЕЧАТНЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Г. М. Шипицына¹
Ю. А. Воронцова²

¹ Белгородский
государственный
национальный
исследовательский
университет

² Белгородский
юридический
институт
МВД России

e-mail:
Shipitsina@bsu.edu.ru
Vorontsova73@mail.ru

В статье охарактеризованы реминисценции как репрезентанты текстовых концептов, раскрыты смыслообразующие возможности прецедентных текстов в насыщении высказываний не только эксплицированными и символическими смыслами. Для оценки состава и качества реминисценций в современных печатных СМИ осуществлено сравнение их источников и способов использования с реминисценциями романа А. С. Пушкина «Евгений Онегин» как идеалом речевого произведения. В результате сопоставления авторы статьи приходят к выводу, что СМИ часто поставляет своему читателю искаженные реминисценции низкого эстетического качества. Поддерживая реминисцентные стереотипы массовой, популярной низовой культуры, СМИ не способствуют формированию высокой языковой культуры социума.

Ключевые слова: прецедентные тексты, печатные СМИ, концепты, имплицитные смыслы, речевая культура, языковое развитие социума.

Реминисценции – это точные или преобразованные цитаты ранее созданных, известных выражений, а также использованные (обыгранные) известные широкому кругу носителей языка символические понятия, собственные имена. Слова, фразеологизмы и паремии, сочетания слов или тексты, лежащие в основе реминисценций, в лингвистической науке получили название прецедентных имен, прецедентных выражений, прецедентных текстов (последний термин введен в научный обиход Ю.Н. Карауловым). Их использование может быть довольно эффективным способом повышения эффективности речи и увеличения информационного пространства текста, поскольку они могут выступать в роли репрезентантов текстовых концептов.

Например, *Молодежь не хочет идти не только в рядовые Иваны Бровкины, в ефрейторы Биденко, но и как черт от ладана отмахивается от предложений (ранее считавшиеся лестными и престижными) записаться в Штирлицы* (АиФ 2010, № 9). В этом предложении несколько прецедентных форм: 1) *отмахиваться как черт от ладана* – фразеологизм со значением «всеми силами, любыми средствами стремиться избавиться, убежать, отмахнуться от чего-либо» (Фсря) позволяет с большей иллокутивной силой, более экспрессивно, в образной форме выразить семантику оборота *отказывается от предложений стать Штирлицом*. В денотативном содержании фразеологизма заложены яркие символы христианской культуры: черт, будучи антиподом господя бога, очень боится ладана – символа религиозных обрядов с курением благовонной смолы (ладана), во всяком случае черт никак не может согласиться участвовать в таком обряде. 2) Прецедентные имена: *Иван Бровкин* (персонаж популярных в советское время фильмов «Солдат Иван Бровкин» и «Иван Бровкин на целине»), *ефрейтор Биденко* (положительный герой известной повести о детях на войне Валентина Катаева «Сын полка», обладающий лучшими профессиональными качествами военного разведчика и чертами благородной личности), наконец, суперпопулярный персонаж сериала «Семнадцать мгновений весны» *Штирлиц*, олицетворяющий образ героя, работающего во внешней разведке, в стане врага. Каждое из этих имен нагружено целым комплексом дополнительных к обозначаемому образу коннотаций, культурноносных сем и социальных смыслов – привлекательность внешняя и внутренняя, романтичность деятельности, героизм, умение находить выход из самых сложных положений, опасных ситуаций и т. п. Эти имена в недавнем прошлом символизировали социальноличност-



ные идеалы, к которым следовало стремиться, и *передовая советская молодежь* стремилась стать похожими на персонажи с этими именами.

Устойчиво воспроизводимые прецедентные выражения являются артефактами национальной текстовой культуры, а ментальная репрезентация этих артефактов связана с концептами этой культуры, тем самым реминисценции оказываются важным способом апелляции к текстовым концептам и кодам культуры в любом дискурсе [1, с. 5]. Прецедентные выражения транслируют многим поколениям знания и опыт, значимые факты, случаи, известные имена, персонажи литературных произведений и т. п., ставшие символами какой-либо эпохи, причем, не только отдельной национальной культуры, но, возможно, и мировой, планетарной. Прецедентные высказывания могут отсылать к культурам глубокой древности как своеобразная общечеловеческая память о бывших цивилизациях, народах, событиях, выдающихся личностях и т. д. (например, выражение *Карфаген должен быть разрушен* – финальные слова речей в сенате римского полководца Катона (годы его жизни 234 – 149 до н. э.), символизирующие необходимость искоренения какого-либо зла; *Калиф (Халиф) на час* – выражение из арабской сказки сборника «Тысяча и одна ночь» (XV в.), употребляется в значении «властелин, хозяин на короткое время».

В дискурсах того или иного исторического периода прецедентные тексты и их реминисценции отражают систему ценностей народа, которая передается через символические тексты в форме отсылки к первоисточнику, бывшему событию, случаю, фразе и т. п., активизируя действующие как на протяжении веков, так и на протяжении короткого времени информативные культурные коды. Ведь культурная маркированность процесса категоризации знаний и их оценки отражается в том, как они интерпретированы в языке. Поэтому прецедентные тексты и их реминисценции оказываются своего рода базовым механизмом как текстовой деятельности, так и дискурсивной практики, обусловленной определенной социально-культурной данностью.

Кроме того, реминисценции реализуют интертекстуальные связи в практике текстопорождений, в том числе в практике общения, люди часто обращаются к словам других людей для реализации самых разных коммуникативных стратегий и тактик своего дискурса. «Откуда эта потребность подбирать чужие слова? Свои слова никогда не могут удовлетворить; требования, к ним предъявляемые, равны бесконечности. Чужие слова всегда находка, их берут такими, какие они есть; их все равно нельзя улучшить или переделать. Чужие слова, хотя бы отдаленно и неточно выражающие вашу мысль, действуют как откровение или как давно искомая и обретенная формула» [2, с. 356].

По нашему мнению, прецедентными можно назвать и такие конструкции, которые легли в основу новых, создаваемых на их основе высказываний, несмотря на то, что они использовались вслед за первоисточником без многовековой или многолетней воспроизводимости на том основании, что свою интертекстуальную функцию высказывания-доноры реализовали в дискурсивном контексте. Например, *Говоря о причинах поражения в Ванкувере, президент Дмитрий Медведев сказал, что «в спорте закончился ресурс советской эпохи». Анализ правильный. Но и очень тревожный. Ведь ресурс советской эпохи кончается и во многих других сферах. Чтобы избежать новых «ванкуверов», важно понять, в каких* (АиФ, 2010, № 10). Кроме обыгранной прецедентной конструкции о заканчивающихся ресурсах советской эпохи, автором текста удачно переведено слово *Ванкувер* из разряда собственных имен в разряд слов-символов, вербализующих уже лингвокультурный концепт национальной боли и унижения от несостоявшихся амбициозных ожиданий спортивных побед на Всемирных олимпийских состязаниях в канадском городе Ванкувере. Название этого города стало памятным знаком очень неприятной ситуации, в которой оказалась наша страна в десятых годах XXI века, и тем самым слово стало выразителем своеобразной морально-ценностной категории социума, поскольку его интерпретационное поле значительно расширилось. Прецедентные структуры в этом тексте «помогли» зафик-

сировать в языке социально важную эмотивную информацию, недосказанную, невыраженную, глубинный смысл которой не вынесен на поверхность смысловой структуры этого контекста. Он «упакован» в реминисценции, и он важнее, главнее сказанного явно и выраженного специальными словами.

Приведенные выше примеры удачного использования прецедентных структур иллюстрируют их смыслообразующие возможности в насыщении высказываний не только эксплицитованными, но и в еще большей степени имплицитованными смыслами. Однако далеко не всегда прецедентные тексты и реминисценции правильно подбираются и используются удачно в печатных СМИ.

Изучение таких связей на материале прецедентных текстов и их реминисценций в самых разных аспектах остается одной из важных задач современной лингвистики, обращенной к человеку как носителю национального языка, средствами которого и вербализуется национальная концептосфера. Концептуализация действительности и ее последующая категоризация средствами языка во многом определяется национальной картиной мира этноса, которая формируется в результате познания действительности и выработанных в соответствующей культуре стереотипов оценки этой действительности. Национальная картина мира того или иного носителя языка создается в результате взаимодействия двух составляющих ее частей. Во-первых, это общенациональная картина мира, отражающая особенности природы и общества как специфических условий проживания данного этноса, и во-вторых, индивидуальная картина мира, складывающаяся из совокупности фоновых знаний, приобретенных индивидом из самых разных источников и факторов влияния той культуры, действие которой ощутил и усвоил индивид в своей жизненной практике. Индивидуальная картина мира во многом зависит от прагматических установок, модусов и системы оценок культурных факторов, сложившихся у индивида в силу самых разных причин. Приоритеты национальной картины мира фиксируются концептами, в репрезентации которых и участвуют прецедентные слова, тексты и их реминисценции. Формирование способности эффективно использовать прецедентные и реминисцентные средства национальной текстовой культуры происходит постепенно по мере накопления индивидом соответствующих знаний и речевого опыта.

Состав и качество прецедентных текстов и их реминисценций в любой сфере социальной коммуникации являются показателем, с одной стороны, уровня текстовой культуры народа в целом, с другой стороны, – показателем эрудиции, уровня развития этой языковой компетенции, а также уровнем развития интеллекта и культуры языковой личности. Удачно подобранные (составленные) реминисценции, с учетом прагматических и дискурсивных особенностей речи, могут стать ярким выразительным средством, повышающим ее стилистические качества и иллюкативную силу. Реминисценции всегда были востребованы в книжной (письменной) и устной речи, однако состав текстов-источников реминисценций не статичен, он меняется в то или иное время в силу различных обстоятельств, обусловленных политической, социальной, экономической, культурной ситуацией в обществе. Прецедентные тексты, с одной стороны, отражают ценностные ориентации носителей языка, а с другой, – во многом формируют и определяют эти ориентации.

В современных условиях российской жизни СМИ для народа – его основной собеседник по всем жизненным вопросам, уже не только общественным, но и личностным, вплоть до самых что ни на есть интимных, о которых раньше не говорили даже с самыми близкими людьми. СМИ уже далеко не только средства массовой информации. Они превратились в средства массовой коммуникации, в которую втянуты все слои нашего общества. Оттого, каким будет этот язык массовой коммуникации, напрямую зависит духовное здоровье нации и массовое сознание народа.

Язык СМИ оказывает мощное влияние на речевую практику всех слоев населения, а через язык – и на формирование ценностей и идеалов народа. СМИ – это канал, при помощи которого актуальные общественно-политические вопросы современности, текущей жизни социума оказывают влияние на процесс развития человека



[3, с. 95]; один из важнейших на сегодняшний день информирующий, просвещающий, воспитывающий общественный институт [4, с. 14]; основной партнер в диалоге с многотысячной аудиторией по самым разным жизненным вопросам.

Чтобы оценить состав и качество столь важных текстообразующих средств, как реминисценции и прецедентные тексты, в современных печатных СМИ, необходимо сравнить их источники и способы использования с каким-либо эталоном, своего рода идеалом речевой культуры, в совершенстве которой сомнений быть не может. Конечно же, таким эталоном являются прежде всего произведения А. С. Пушкина, поэтому небезынтересно сопоставить источники реминисценций романа А. С. Пушкина «Евгений Онегин» и текстов современных СМИ, вполне отдавая себе отчет в том, что сравниваемые объекты слишком разные и по стилю, и по целям, и по таланту авторов. Тем не менее такое сравнение нам показалось интересным: оно позволяет оценить источники реминисценций СМИ как бы со стороны, а главное, с высоты литературного идеала, каким и является роман А. С. Пушкина. При этом мы далеки от надежд, что наши журналисты станут писать, как А. С. Пушкин, или что журналистская практика приблизится к художественному творчеству великих поэтов и писателей, вполне отдавая себе отчет в том, что существует слишком большое различие в сферах коммуникации, условиях и характере журналистской и писательской деятельности. Тем не менее для более глубокого познания характера реминисценций в современных СМИ и такое сопоставление является не лишним, поскольку оно высвечивает хотя бы одну грань в оценке состава реминисценций современных СМИ и способов их введения в текст. Сопоставляя реминисценции романа А. С. Пушкина «Евгений Онегин» и современных печатных СМИ, мы не ставим перед собой задачи критического анализа речевой практики конкретных журналистов или качеств стиля какой-либо определенной газеты. Мы хотим только выявить основные закономерности, главные особенности использования реминисценций в современных СМИ для осмысления основных путей развития интертекстуальных текстовых связей в этой социально важной коммуникативной сфере, отражающей всеобщие процессы современного текстопорождения (поэтому в документации примеров из газетных материалов не указываем автора и название соответствующих газетных статей).

Сложное переплетение реминисценций и авторской речи является важнейшей текстовой особенностью романа «Евгений Онегин». Реминисценции составляют «один из основных структурообразующих элементов самой ткани повествования романа» [5, с. 411]. В этом наблюдается сходство текста романа с текстами иного рода, в том числе и текстами, создаваемыми авторами СМИ, что соответствует практике создания любого речевого произведения с опорой на уже имеющиеся тексты в данной культуре. Смысл создаваемого текста, его концептуальная основа в той или иной мере формулируется путем отсылки к иному, созданному ранее тексту, «все тексты находятся в диалогических отношениях» [6, с. 69]. Всякий текст вбирает в себя другие тексты, такова закономерность любого текстопорождения, и она объединяет все формы речевого творчества.

Многообразие источников реминисценций в романе – это не только показатель уровня образованности самого А. С. Пушкина, но и показатель высшей ступени культурного обихода окружающего его общества, представлявшего собой средоточие образованности, утонченности нравов, эстетически развитого языкового вкуса. В современных СМИ набор текстов-источников реминисценций не многочислен, что свидетельствует об изменении языковых вкусов, интеллектуального и культурного уровня современных «обладателей журналистского пера», во многом обусловленных окружающей их коммуникативной средой.

Совпадение источников реминисценций в романе «Евгений Онегин» и в современных СМИ немногочисленно. Это – творчество поэтов, писателей, общественных деятелей; музыкальное искусство; фольклорные образы-ситуации; паремии (половицы и поговорки); фразеологические единицы разного типа. Однако эти совпаде-

ния источников реминисценций А.С. Пушкина и современных СМИ носят чисто формальный характер. Так, и А.С. Пушкин, и авторы текстов СМИ используют в своем творчестве высказывания общественных деятелей или иных известных личностей. Но у А.С. Пушкина подобные реминисценции играют в романе смыслообразующую роль, выполняют функцию значимых в смысловом отношении ссылок, а в СМИ использование таких реминисценций в гораздо большей степени обусловлено целями внешнего украшения речи, достижения юмора, выражения имплицитной оценки описываемого события или факта. Выбор источника прецедентного текста в СМИ зачастую зависит от популярности (как положительного, так и отрицательного характера) автора цитируемой фразы. Чем более известен автор первоисточника и чем больше он в своей речи отступает от стандарта публичного общения и строгих литературных норм, тем чаще его высказывания в СМИ становятся прецедентными текстами и материалом для реминисценций. В этом смысле самый цитируемый автор в СМИ уже на протяжении примерно двадцати лет остается В.С. Черномырдин.

Аналогично и с цитированием произведений музыкального искусства. Даже при совпадении типа источника реминисценции – произведения музыки – конкретные виды этих источников не совпадают. У А.С. Пушкина – это прежде всего оперы и романсы, обычно произведения, ставшие позже или бывшие уже в его время классическими. В СМИ представлены в своем большинстве музыкальные жанры массовой культуры (авторские песни, популярная музыка, рок, шансон, рэп, хип-хоп) невысокого интеллектуального и эстетического уровня, часто откровенно безвкусные и даже пошлые, вульгарные. На наш взгляд, это обусловлено языковыми вкусами, условиями и образом жизни не только авторов сопоставляемых текстов, но и носителей языка разных эпох. Молодежь сегодня в своей массе мало интересуется классическими музыкальными произведениями (оперой, например, или камерной музыкой), ее привлекает легкая и так называемая тяжелая популярная не в элитарной интеллигентской среде музыка.

Фольклорные образы, ситуации, используемые А.С. Пушкиным, – это широкий фон народного творчества в разнообразии его жанров – песни, обычаи, загадки, поверья, народные приметы, присказки. СМИ же характеризуются ограниченностью жанров, выступающих в качестве источника фольклорных реминисценций, это в основном только самые известные, изучаемые в школе русские народные сказки и не более того.

А.С. Пушкин использует многочисленные отсылки к образам зарубежной литературы. Причем, реминисценции подтверждают глубокое знание А. С. Пушкиным зарубежной литературы. Так, например, в романе много реминисценций из произведений античной (Д. Ювенал, Гомер, Феокрит, О. Назон), итальянской (Ф. Петрарка), английской (В. Шекспир, С. Ричардсон, Дж. Байрон), французской (Ж.-Ж. Руссо, А. Сталь) литератур. В СМИ реминисценции из зарубежной литературы – это не более, чем крылатые выражения (часто воспроизводимые в искаженном виде) из школьной программной литературы. Например, во всем многообразии изученных нами текстов СМИ творчество В. Шекспира представлено фактически всего одной фразой *Быть или не быть – вот в чем вопрос* и всевозможными ее модификациями, далекими от стилистической корректности. Например, типичная для печатных СМИ: *Быть или не быть товароведом? Вот в чем вопрос...*, а также *Быть или не быть по морде, пить или не пить на работе, жить или не жить на зарплату, рыть или не рыть другому яму, а если ее не рыть, то как быть?* – то есть с небольшим придуманным автором продолжением цитаты и традиционным концом *Вот в чем вопрос*. Нам представляется, что данное высказывание могло распространиться не столько в результате чтения носителями языка трагедии В. Шекспира, сколько в результате ее театральной постановки, а вероятнее всего, – после выхода фильма о суперпопулярной личности В. С. Высоцкого. В этом фильме есть замечательный отрывок – монолог «*Быть или не быть?*» из трагедии В. Шекспира «Гамлет» в исполнении В. С. Высоцкого.



Распространение фразы в связи с подобными, случайными для языка, ситуациями типично для цитирования и образования прецедентных текстов. Мало вероятно, что широкий круг читателей вообще знает текст трагедии, к тому же данная фраза отсутствует в большинстве его переводов на русский язык. Ср.: *Быть или не быть – вот в чем вопрос! / Что доблестнее для души: сносить / Удары оскорбительной судьбы, / Или вооружиться против моря зол / И победить его, исчерпав разом?* (действие 3, сцена 1) – перевод Н. А. Полевого (1837).

Быть или не быть. Вопрос в том, что благородней: сносить пращи и стрелы злобствующей судьбины или восстать против моря бедствий и, сопротивляясь, покончить их... (акт 3, сцена 1) – перевод Н. Х. Кетчер (1873).

Жить или не жить – вот в чем вопрос. / Честнее ль / Безропотно сносить удары стрел / Враждебной нам судьбы, иль кончить разом / С безбрежным морем горестей и бед, / Восстав на все... (акт 3, сцена 1) – перевод А. Л. Соколовского (1883).

Жизнь или смерть, вот дело в чем: / Достойней ли претерпевать / Мятежного удары рока / Иль отразить их и покончить / Со всею бездною терзаний (акт 3, сцена 1) – перевод А. Месковского (1889).

Жизнь или смерть – таков вопрос; / Что благородней для души: сносить ли / И пращу, и стрелу судьбы свирепой, / Иль встав с оружием против моря зол, / Борьбой покончить с ними. (акт 3, сцена 1) – перевод Д. В. Аверкиева (1895).

Быть или не быть – таков вопрос; / Что благородней духом – покоряться / Працам и стрелам яростной судьбы / Иль, ополчась на море смут, сразить их / Противоборством?... (акт III, сцена 1) – перевод М. Л. Лозинского (1933).

Быть или не быть, вот в чем вопрос. Достойно ль / Души терпеть удары и щелчки / Обидчицы судьбы иль лучше встретить / С оружием море бед и полонить / Конец волненьям? (акт 3, сцена 1) – перевод Б. Л. Пастернака (опубликован в 1940 г.). Обилие переводов трагедии В. Шекспира «Гамлет» свидетельствует о ее необычайной популярности среди русских читателей в прошлом. Современное молодое поколение вообще читать не любит, большую часть познавательной информации оно получает из СМИ, поскольку обычно смотрит телевизор, а не читает классическую литературу, зарубежную в том числе, к сожалению.

Совпадение таких источников реминисценций, как паремии и фразеологические единицы, у А.С. Пушкина и в СМИ – это то немногое, что объединяет эти две сопоставляемые нами творческие сферы. Устойчивый фонд национального языка еще раз подтверждает свою востребованность в качестве источника реминисценций для текстового творчества как в прошлом, так и в настоящем.

Итак, большая часть источников реминисценций сравниваемых нами речевых сфер не совпадает. На наш взгляд, это обусловлено рядом причин, к числу которых мы относим:

Различие в содержании гуманитарного образования эпох. Современники А. С. Пушкина воспитывались на литературных традициях мировой классики, большое внимание уделялось изучению философии, истории, иностранных языков, причем, во времена А. С. Пушкина владение иностранным языком считалось первым признаком образованного человека. Наш массовый молодой современник плохо знает литературу, а изучение иностранного языка в школе сводится к умению читать со словарем. Поэтому реминисценции из античной и славянской мифологии, произведений искусства (изобразительного, хореографического, театрального), философских учений, классических текстов публицистики, цитат из мировой, в том числе античной, литературы, и тем более из иноязычных текстов, исторических сюжетов и т. п. в СМИ нам не встретилось.

Следует заметить, что любой текст всегда рассчитан на адресата. Это обстоятельство предопределяет выбор как содержания, так и формы его вербального представления. Распространение в языке СМИ реминисценций из жанров массовой культуры основывается на сходстве фонда общих знаний адресанта и адресата, а также опирается



на учет способности адресата понимать текст. Перечень текстов-источников реминисценций в СМИ позволяет предположить, что обращение к реминисценциям в СМИ сопровождается апелляцией к литературным и культурологическим знаниям адресата усредненного типа. Наш материал убеждает нас в том, что современная журналистика при отборе и комбинировании языковых средств опустилась до уровня среднего обывателя с невысоким культурным потенциалом и огрубленным языковым вкусом, к сожалению.

Для поэтов, писателей, вообще «тружеников пера» всегда существовала проблема адресата. Но чем адресат А. С. Пушкина отличается от современного адресата? Попутно заметим, что А. С. Пушкин тоже стремился к удовлетворению вкуса своего адресата, например, в романе «Евгений Онегин» частые упоминания о Дж. Байроне – это черта, характерная для читательских интересов современников поэта. Многие поэтизмы сентиментально-романтического плана употребляются поэтом в продолжение традиций Н. М. Карамзина, что, очевидно, вполне отвечало и соответствовало вкусу дамского общества. Мотивы крестьянского, вообще сельского, а также мещанского быта могли удовлетворять вкусу простолюдина и т. д., то есть адресат у романа А. С. Пушкина очень широк, и пристрастия адресата учтены. Реминисценции из знакомых пушкинскому читателю и авторитетных художественных источников открывают для А. С. Пушкина возможность создать многоплановый образ, рассчитанный на органичное восприятие контекстных значений, выполняя роль емких смысловых обозначений. Реминисценция в романе играет роль коммуникативного посредника, помогающего расширить культурное пространство читателя. В современных СМИ все наоборот: выбор автором текста СМИ реминисценций, ориентированных на адресата усредненного типа, сужает культурное пространство современных носителей языка. Текст СМИ не всегда и не во всем отвечает своему назначению не только информировать читателя, но и воспитывать, окультуривать его, насаждать и развивать лучшие этические, эстетические и коммуникативные традиции своего народа. Наше исследование показало, что авторы газетных материалов не озабочены точностью документирования источника реминисценции. Например,

В России две беды... (заголовок). Еще Некрасов подметил: «В России две беды – дураки и дороги». В Старом Осколе в последнее время уделяют повышенное внимание дорогам, это замечают все. Но думается, что некоторое количество вторых героев некрасовского высказывания в Осколе еще осталось... (Ж-б № 37, 2001).

(...) писал Гоголь, в России две беды: дураки и дороги. Так хочется добавить: и власть, мешающая нам вырастить добрых, умных, отзывчивых детей, способных сострадать (Кп № 64, 1999).

В газетных материалах мы наблюдаем разнообразие имен, кому приписывается фраза *в России две беды: дураки и дороги...* Обычно разным русским писателям дореволюционного времени: Г.Р. Державину, Н.М. Карамзину, А.С. Пушкину, Н. В. Гоголю, Н.А. Некрасову, П.А. Вяземскому, И.А.Бунину. По данным же «Службы справки русского языка Института русского языка им. В.В. Виноградова Академии наук Российской Федерации, это апокрифическая фраза (то есть, с неустановленным автором) [internet: АНРФ, справка № 97484]].

Современный журналист не знает даже таких реминисценций, которые еще не так давно наизусть заучивались в школе, фраз из очень популярных произведений в недалеком прошлом, а главное, – он не только не озабочен узнаванием их авторства, но и не стесняется этого. Например,

Лето дается человеку один раз. В году. И прожить его надо так, чтобы потом не было мучительно больно за бесцельно прожитые месяцы. Это сказал кто-то из классиков. Ну, может, он сказал не так или имел в виду что-то другое, но позволим себе этот вольный пересказ... (Кп № 170, 2000). Ср.: Самое дорогое у человека – это жизнь. Она дается ему один раз, и прожить ее надо так, чтобы не было мучительно больно за бесцельно прожитые годы, чтобы не жег позор за подленькое и мелочное прошлое и чтобы, умирая, смог сказать: вся жизнь и все силы были отданы



самому прекрасному в мире – борьбе за освобождение человечества... (цитата из романа Николая Островского «Как закалялась сталь»). Возможно (но это только наше предположение), первоисточником этих размышлений о смысле жизни является фрагмент из повести А. П. Чехова «Рассказ неизвестного Человека»: *Я верю, следующим поколениям будет легче и видней; к их услугам будет наш опыт. Но ведь хочется жить независимо от будущих поколений и не только для них. Жизнь дается один раз, и хочется прожить ее бодро, осмысленно, красиво. Хочется играть видную, самостоятельную, благородную роль, хочется делать историю, чтобы те же поколения не имели права сказать про каждого из нас: то было ничтожество или хуже того...*

В современных СМИ часто искажаются фразы из классических произведений, относящихся к числу самых известных, являющихся достоянием национальной культуры, к своего рода национальным святыням русского народа. Цель подобного искажения ясна (достичь смехового эффекта, показать себя образованным человеком, украсить свой текст и т. п.), но вряд ли такая цель оправдывает средства. Например,

Депутаты пересмотрели празднички. Но своеобразно. По их поправкам к Закону «О днях воинской славы России», мы теперь, например, День Бородина будем встречать на день раньше, чем была сама битва. Дядя Лермонтова, проведя сутки в пустом поле, сказал бы по этому поводу: «Забил снаряд я в пушку туго и понял – не дождусь я друга...» (Кп № 216, 2003).

Такое небрежное обращение с национальным культурным фондом (в данном случае с прецедентными текстами) не расширяет культурного кругозора носителей языка, а способствует его сужению. На наш взгляд, должно быть наоборот, СМИ должны выбрать курс на сохранение культурного фонда нации, поскольку на современном этапе СМИ представляют наиболее доступный источник информации для носителей языка. Они могли бы формировать языковую культуру социума. Для этого следует создавать тексты, повышающие уровень образованности читателей, укрепляющие ценностные ориентиры в жизни. Реминисценция призвана вызывать положительные эмоции, а не раздражать читателя, когда она употребляется в нелепо искаженном виде и только в качестве средства создания речевой агрессии или юмора для некоторой непритязательной в этом отношении части населения.

Итак, на данном этапе развития культуры общества СМИ довольно часто создают и поддерживают реминисцентные стереотипы массовой и популярной низовой культуры, которые оказывают влияние на формирование предпочтений, вкусов повседневного дискурса. К сожалению, СМИ чаще поставляет нам искаженные реминисценции низкого эстетического качества, грубый и вульгарный языковой материал, аналогичный тому, что тиражируется современной смеховой эстрадой. Например, *Хорошо смеется тот, кто смеется, как лошадь; Чем дальше в лес, тем больше извращенцев; Секс без дивчины – признак дурачины; Реклама: «Чупа-чупс! Мы научим сосать весь мир!»; Умом ты можешь не блистать, но сапогом блистать обязан!»; Бронетемкин «Поносец»; и тому подобная гадость изобилует в наших газетах. При таком использовании реминисценций в СМИ трудно предположить, в каком виде они дойдут до следующего поколения и что останется в наследство следующим поколениям от культурного и языкового богатства реминисценций.*

Язык массмедийной коммуникации оказывает прямое влияние на речемыслительное развитие россиян и на формирование разных типов языковых личностей в современном обществе. Тем самым СМИ приобщают носителей языка к языковому творчеству, к языковой активности. Возбуждая креативный план интеллектуальной деятельности, СМИ создают стереотипы жизненных идеологий получателей информации, формирующие общенародную и языковую картины мира. В силу этого работники сферы массовой коммуникации должны относиться к вопросам культуры своей речи с особой ответственностью, с пониманием своей особой значимости в формировании системы ценностей в обществе, с пониманием силы своего воздействия на судьбы своей страны, народа и его языка.



Список литературы

1. Слышкин Г. Г. От текста к символу. – М.: Academia, 2000. – 128 с.
2. Гинзбург Л. Я. О старом и новом. Статьи и очерки. – Л.: Советский писатель, 1982. – 424 с.
3. Дранишникова О. П. Фразеологические единицы в средствах массовой информации // Язык образования и образование языка: Материалы международной научной конференции. – Великий Новгород: Изд-во НовГУ, 2000. – С. 95 – 96.
4. Малькова В. К. «Сказанное слово не бывает не услышанным». О языке толерантности и конфликтности в современных СМИ // Мир русского слова – 2002. – № 5 (13). – С. 13 – 19.
5. Лотман Ю. М. О поэтах и поэзии: Анализ поэтического текста. – СПб: Искусство, 1996. – 646 с.
6. Чумак-Жунь И. И. Поэтический текст в русском лирическом дискурсе конца XVIII – начала XXI веков. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2009. – 244 с.

Список использованных источников и их обозначений

- АиФ – газета «Аргументы и факты».
 Ж-б – газета «Житье – Бытие».
 Кп – газета «Комсомольская правда».

REMINISCENCES IN MODERN PRINT MEDIA

G. M. Shipitsina¹

J. A. Vorontsova²

¹ *Belgorod National
Research University*

² *Belgorod
Law Institute of
the Ministry of Internal Affairs
of Russia*

*e-mail:
Shipitsina@bsu.edu.ru
Vorontsova73@mail.ru*

The paper presents characteristics of reminiscences as representatives of textual concepts. Sense-creating potentials of precedent texts are revealed that imbue the text with explicit and, moreover, symbolic meanings. To estimate the corps and quality of reminiscences in contemporary print media their sources and uses are compared with the reminiscences of the novel "Eugene Onegin" by A. Pushkin as an ideal set of speech patterns. The comparison leads to the conclusion that media often offer their readers distorted reminiscences of a low aesthetic quality. By supporting low-level reminiscent stereotypes of popular culture media fail to contribute to the formation of society's lingual culture.

Key words: precedent texts, print media, concept, implicit meaning, culture of speech, lingual development of society.