

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В ГАЗЕТНЫХ СМИ МАЛОГО И БОЛЬШОГО ГОРОДА

Н. А. Киселева, Е. С. Жаркова

Филиал Омского государственного педагогического университета в г. Таре

Поступила в редакцию 22 августа 2016 г.

Аннотация: в статье представлены результаты исследования функционирования прецедентных высказываний в заголовках газет. Выявлены источники прецедентных текстов. Выполнен анализ функционирования трансформированных и нетрансформированных прецедентных текстов, описаны виды трансформаций.

Ключевые слова: прецедентный текст, средства массовой информации, заголовки газет, культурная компетенция читателя.

Abstract: this paper describes functioning of culturally important expressions in the newspaper headlines. The sources of culturally important texts are revealed and transformed and non-transformed expressions are analyzed. The authors also describe types of text transformations.

Key words: culturally important text, mass media, newspaper headlines, the cultural competence of the reader.

Цель настоящего исследования – выявление особенностей функционирования прецедентных высказываний, используемых журналистами в заголовках газет малого и большого города.

Материалом исследования послужили 312 заголовков, включающих прецедентные феномены, выписанные методом сплошной выборки из газет «Тарское Прииртышье» за 2011–2016 гг, «Тарский курьер» за 2012 г. и «Аргументы и факты» за 2015–2016 гг. «Тарское Прииртышье» (далее – ТП) – официальная газета Тарского муниципального района Омской области; «Тарский курьер» (далее – ТК) – независимая общественно-политическая газета, выходившая в 2012–2014 гг. в Тарском муниципальном районе Омской области; «Аргументы и факты» (далее – АиФ) – крупнейшая российская еженедельная общественно-политическая газета.

В последнее время, как справедливо отмечают исследователи языка СМИ, интертекстуальные ссылки стали, пожалуй, самым распространенным приемом построения заголовков газет и журнальных статей в довольно широком круге изданий. Безусловно, такая активизация категории интертекстуальности (прецедентности) требует осмысления. В результате этого появилось значительное число специальных исследований, в которых категория прецедентности рассматривается применительно к языку СМИ.

Так, в монографии Елены Андреевны Земской «Язык как деятельность» в главу 3 «Язык газеты» включен параграф «Цитация и виды ее трансформации в заголовках современных газет». В нем дается следующая оценка роли прецедентных текстов в

языке газеты: «Одним из типических для современных газет способов реализации поэтической функции языка (по Якобсону) являются цитация и квазицитация, т.е. включение в текст газеты чужого текста – в неизменном виде (цитация) и в трансформированном, переименованном (квазицитация). Подобные включенные тексты могут быть названы прецедентными текстами, так как хорошо известны широкому кругу лиц, обладают свойством повторяемости в разных текстах» [1, с. 554].

Актуальность темы настоящего исследования определяется тем, что «анализ заголовков различных изданий позволяет составить представление об объеме культурной компетенции усредненного носителя языка и культуры, т.е. о минимальном “культурном багаже” читателя газеты. Включая прецедентный текст в заголовок, журналист исходит из представления о культурной компетенции читателя, апеллирует к его культурному знанию, пытается установить оптимальную идентификацию своего культурного “багажа” и читателей, создать общий, единый знаковый механизм, позволяющий стереть границы между “своим” и “чужим” сознанием» [2, с. 422].

Впервые понятие прецедентности (применительно к тексту) было сформулировано Юрием Николаевичем Карауловым. Прецедентные тексты определены им как тексты, «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [3, с. 216].

Выдвигая критерии отнесенности текста к прецедентному тексту, Ю. Н. Караулов говорил о том, что к прецедентным текстам нельзя отнести: 1) заявление об отпуске («этот жанр не обладает эмоциональной и познавательной значимостью, хотя является повторяющимся»); 2) текст газетного фельетона (этот текст характеризуется кратковременностью его жизни, недостаточной одновременной информативностью для членов общества); 3) тексты специальных работ («для ученого не должны считаться прецедентными тексты специальных работ – по тем же причинам») [3, с. 216].

При распределении материала по источникам прецедентных текстов мы придерживались классификации Е. А. Земской [1].

1. Стихотворные цитаты. Составляют 35 примеров в нашем материале (21 – в ТП, 12 – в ТК, 2 – в АиФ): *Муха по полю пошла...* (ТП, 19.08.2015) (ср. со строчкой из стихотворения «Муха-Цокотуха» «Муха по полю пошла, муха денежку нашла». Автор – К. Чуковский); *Все равно курить не брошу?* (АиФ, 25.03.16) (источник – строчка из стихотворения «Мишка» «Все равно его не брошу – потому что он хороший». Автор – А. Барто).

2. Прозаические цитаты. Составляют 29 примеров (14 – в ТП, 9 – в ТК, 6 – в АиФ): *Жила – была деревня...* (ТП, 24.07.13) (ср. с зачином русских народных сказок «Жили – были...»); *Дело рук самих утопающих* (ТК, 01.06.12) (источник – слова из романа И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев» «Спасение утопающих – дело рук самих утопающих»).

3. Строки из известных песен. Чаще всего используются песни советского времени. В нашем материале отмечено 55 примеров (38 – в ТП, 11 – в ТК, 6 – в АиФ): *Раскинулось море широко* (ТП, 23.04.15) (ср. с названием русской народной песни «Раскинулось море широко»); *Есть только миг...* (АиФ, 10.03.16) (источник – название песни «Есть только миг»). Автор – Л. Дербенев).

4. Названия художественных и публицистических произведений. Их насчитывается 19 примеров (10 – в ТП, 5 – в ТК, 4 – в АиФ): *Последние из могикан* (ТП, 18.01.12) (источник – название романа Дж. Ф. Купера «Последний из могикан»); *Белая гвардия джунглей* (АиФ, 31.01.16) (ср. с названием романа «Белая гвардия»). Автор – М. Булгаков).

5. Названия кинофильмов. Таких прецедентных текстов в исследуемом материале встретилось всего 10 примеров (5 – в ТП, 3 – в ТК, 2 – в АиФ): *Живет такой парень* (ТП, 22.12.15) (ср. с названием к/ф М. Шукшина «Живет такой парень»); *«Батальоны» просят «Орла»* (АиФ, 29.01.16) (источник – название фильма «Батальоны просят огня»).

6. Пословицы, поговорки, крылатые выражения. Составляют 159 примеров (94 – в ТП, 37 – в ТК,

28 – в АиФ): *Встречать будут по одежке* (ТП, 07.08.13) (источник – пословица «Встречают по одежке, а провожают по уму»); *Ложка дегтя в бочке меда* (АиФ, 20.01.16) (ср. с фразеологизмом «Ложка дегтя в бочке меда»).

7. Реклама. Этот источник прецедентных текстов не отмечен в классификации Е. А. Земской, однако встретился в нашем материале (5 примеров) (4 – в ТП, 1 – в ТК): *Он – настоящий!* (ТП, 15.01.14) (ср. с фразой из рекламы M&M's «Он – настоящий»); *У вас еще грязные окна? Тогда мы идем к вам* (ТК, 04.05.12), (ср. с фразой из рекламы порошка Tide «Вы все еще кипятите? Тогда мы идем к вам!»).

Выполненное исследование показывает, что самыми частотными источниками прецедентных текстов в заголовках газет являются пословицы, поговорки, крылатые выражения – 51 % и строки из известных песен – 18 %. На наш взгляд, это объясняется тем, что они известны самой широкой аудитории, поэтому в нетрансформированном виде или как результат несложной трансформации они вполне узнаваемы и вместе с тем экспрессивны. Менее частотны стихотворные цитаты (11 %), прозаические цитаты (9 %), названия произведений (6 %), названия кинофильмов (3 %), реклама (2 %).

Сравнительный анализ частотности использования тех или иных источников прецедентных текстов в газетах большого и малого города показал преобладание тех же видов источников: пословицы, поговорки, крылатые выражения – 58 % и 50 %, соответственно; строки из известных песен – 13 % и 18 %; на третьем месте в АиФ прозаические цитаты – 13 %, в газетах малого города преобладают стихотворные цитаты – 12 %. Таким образом, исходя из анализа заголовков газет, можно сделать вывод, что культурная компетенция читателя газет в большом городе не имеет значительных отличий от компетенции провинциальных читателей. С другой стороны, не будем забывать, что читателями АиФ являются не только жители мегаполисов, но и малых городов.

Наблюдение над заголовками, включающими прецедентные феномены, позволило установить, что в печатных газетах функционируют трансформированные и нетрансформированные прецедентные тексты. По данным нашего материала, преобладают трансформированные прецедентные тексты (78 %): *Подвал – дело темное* (ТП, 29.01.15) (ср. с поговоркой «Дело ясное, что дело темное»). Нетрансформированные прецедентные тексты составляют 22 %: *Хлеб всему голова* (ТП, 20.03.13) (ср. с пословицей «Хлеб всему голова»).

В свою очередь, трансформированные прецедентные тексты претерпевают полные или частичные изменения, 6 % и 94 %, соответственно.

Частичная трансформация имеет разновидности, исходя из уровневых и структурных подходов. В нашем материале отмечены уровневые (морфологические, синтаксические, пунктуационные), структурные (усечение, расширение) разновидности трансформации и замена компонента. Приведем примеры на разные виды трансформации:

1. *Взяли грех на душу* (ТП, 09.10.13) (ср. с фразеологизмом «Брать грех на душу») – морфологическая трансформация.

2. *Воруют, потому что любят* (ТК, 25.05.12) (ср. с пословицей «Бьет – значит любит») – синтаксическая трансформация.

3. *Кто рано встает?* (АиФ, 15.03.16) (ср. с пословицей «Кто рано встает, тому Бог подает») – пунктуационная трансформация.

4. *Не так страшен тризуб...* (ТП, 19.03.15) (ср. с пословицей «Не так страшен черт, как его малюют») – усечение.

5. *Москва открывается взору* (АиФ, 17.02.16) (ср. с фразеологизмом «Открываться взору») – расширение.

6. *Сайтом школу не испортишь* (ТП, 16.04.15) (ср. с пословицей «Кашу маслом не испортишь») – замена компонента.

Наиболее частотны в нашем материале такие виды трансформации, как замена компонента (125 примеров) и усечение (66 примеров).

Среди уровневых трансформаций в нашем материале отмечены морфологические, синтаксические, пунктуационные. Во многих случаях имеет место многоаспектная трансформация. Например: «Актерами не рождаются?» (ТП, 15.10.14) (источник – фраза Цицерона «Поэтами рождаются, ораторами становятся»). В приведенном примере отметим:

1) игру со знаками препинания: используется вопросительный знак, который меняет интонационное оформление заголовка;

2) замену компонента: вместо «поэтами» – «актерами»;

3) отрицательный характер высказывания (синтаксическая трансформация);

4) усечение.

Из структурных разновидностей активно также расширение (58 примеров) «Яма вместо мамы, рамы

и Пушкина» (ТК, 29.11.12) – о содержании современных учебников для начальной школы. Или: «Били челом академики» (ТК, 02.03.12) (ср. с фразеологизмом «Бить челом»).

Полная трансформация (в исследуемом материале зафиксирована 20 раз). При полной трансформации трудно восстановить исходную форму прецедентного текста: «*Лучше быть актрисой в Таре, чем колбасницей в Чикаго...*» (ТП, 25.07.12) – заголовок интервью с заслуженной артисткой России омичкой Людмилой Вельяминовой (источник – фраза Плутарха «Лучше быть первым в деревне, чем вторым в Риме»).

Данные виды трансформации способствуют адаптации прецедентных текстов к региональному дискурсу, которая происходит при замене «традиционного» компонента прецедентного текста составляющей с региональной тематикой.

Итак, проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что журналисты малого и большого города используют различные источники прецедентных текстов, чтобы создать более выразительные заголовки статей для привлечения внимания читателей. Чаще встречаются источники прецедентных текстов, которые узнаваемы большим числом читателей, относящихся к разным слоям населения.

Прецедентные тексты, функционируя в газетном дискурсе, могут подвергаться разным трансформациям. Трансформированные прецедентные тексты делают газетный заголовок прагматически интенсивным: такой заголовок эмоционально воздействует, выражает оценку, поддерживает контакт с читателем.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Земская Е. А.* Язык как деятельность : Морфема. Слово. Речь / Е. А. Земская. – М. : Флинта : Наука, 2004. – 896 с.

2. *Ковшова М. Л.* Прецедентный текст в современном газетном заголовке как интеллектуальное развлечение / М. Л. Ковшова // Логический анализ языка. Концептуальные поля игры / отв. ред. Н. Д. Арутюнова ; Российская академия наук, Институт языкознания. – М. : Индрик, 2006. – С. 421–428.

3. *Караулов Ю. Н.* Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Издательство ЛКИ, 2007. – 263 с.

Branch of the Omsk State Pedagogical University in the Tara

Kiseleva N. A., Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Russian and Foreign Languages Department

E-mail: kiseleva.natali.ru@yandex.ru

Tel.: 8-913-142-88-43

Zharkova E. S., Student

E-mail: elena.zharkova.95@mail.ru

Tel.: 8-908-110-93-95

Филиал Омского государственного университета в г. Таре

Киселева Н. А., кандидат педагогических наук, доцент кафедры русского и иностранных языков

E-mail: kiseleva.natali.ru@yandex.ru

Tel.: 8-913-142-88-43

Жаркова Е. С., студент

E-mail: elena.zharkova.95@mail.ru

Tel.: 8-908-110-93-95