

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра теории, истории языка и прикладной лингвистики

**Основные типы и функции прецедентных феноменов в
современном политическом массмедиа дискурсе (на материале
газетных заголовков)**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
РАБОТЫ МАГИСТРА

Студентки 2 курса 252 группы
Направления 45.04.01 «Филология»
Института филологии и журналистики
Тугушевой Эльвиры Равильевны

Научный руководитель
д.ф.н., профессор _____ Л. В. Балашова

Зав. кафедрой
зав.каф., д.ф.н., профессор _____ О. Ю. Крючкова

Саратов 2020

Введение. Прецедентность является одним из важных способов проявления интертекстуальности и характерной особенностью современной коммуникации, в частности, современного политического массмедиа дискурса, что объясняет перспективность изучения роли прецедентных феноменов в данной сфере (ср.: [Аникина 2004; Гаспаров 1996; Караулов 1987; Красных 1998; Орлова 2008; Слышкин 2004]).

Актуальность данной научно-квалификационной работы обусловлена продуктивностью прецедентности как феномена современного политического дискурса и её способности к выявлению общих закономерностей развития языка. Кроме того, анализ востребованности прецедентных феноменов культурным сознанием общества и механизмов прецедентной языковой игры позволяет моделировать многомерное восприятие и воздействие газетного текста в целом и газетного заголовка, с использованием ПФ в частности [Чемезова 2008].

Целью настоящей исследовательской работы является комплексное (лингвистическое, когнитивно-культурологическое и функциональное) изучение газетных заголовков, включающих прецедентную отсылку: установление источников, принципов включения и частоты употребления прецедентных феноменов и выполняемых ими функций.

Для достижения поставленной цели представляется необходимым решить несколько **задач**:

- 1) Изучить и обобщить научную литературу по актуальным теоретическим проблемам прецедентности в современной лингвистике;
- 2) Составить корпус заголовков с прецедентной основой по интернет-изданиям современных общественно-политических газетных СМИ;
- 3) Проанализировать основные источники, типы прецедентных феноменов и частоту их употребления в газетных заголовках;
- 4) Охарактеризовать механизмы включения прецедентных феноменов в газетные заголовки, а также основные способы трансформации цитируемых источников;

5) Выявить основные функции, выполняемые прецедентными феноменами в газетных заголовках.

Объектом настоящего исследования стали заголовки с прецедентной основой, используемые в современных интернет-изданиях общественно-политических газетных СМИ. **Предмет** исследования – особенности функционирования прецедентных феноменов в современном политическом массмедиа дискурсе.

Материал исследования (заголовки статей с отсылкой к прецедентным высказываниям) получен в результате сплошной выборки из 11 интернет-изданий газетных СМИ различной политической направленности за 2013–2019 гг. Полная выборка составила более 447 единиц заголовочных комплексов, которые и стали эмпирической базой исследования.

Научная новизна работы состоит в том, что впервые выделен зафиксированный в современных (2013–2019 гг.) общественно-политических СМИ корпус газетных заголовков с прецедентной основой; дан комплексный (лингвистический, когнитивно-культурологический и функциональный) анализ функционирования феноменов прецедентности в современных СМИ.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что проведенное исследование позволяет уточнить некоторые положения о принципах функционирования прецедентных феноменов в современном газетном массмедиа дискурсе.

Практическая значимость работы заключается в том, что выводы и конкретный материал исследования могут быть использованы при чтении курсов по лингвокультурологии, дискурсу и стилистике, а также в дальнейших исследованиях по проблемам интертекстуальности и прецедентности.

Структура работы. ВКР состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, приложения, содержащего список исследованных газетных заголовков с прецедентной основой.

Основное содержание работы. Первая глава посвящена актуальным проблемам исследования прецедентности и политического массмедиа дискурса. Кроме того, в данной части работы мы также рассматриваем с теоретической точки зрения особенности функционирования прецедентных феноменов как в конкретной коммуникации, так и во всей языковой системе.

Глава состоит из трёх параграфов: «Основные подходы к выделению, типологии прецедентных феноменов и аспекты их исследования», «Когнитивные пространства и когнитивная база прецедентных феноменов. Основные подходы к их классификации» и «Функциональная характеристика прецедентных феноменов».

В современной лингвистике можно обнаружить более широкое и более узкое понимание прецедентности, в том числе вербальное и невербальное. Кроме того, принципиальным при квалификации феномена как прецедентного является отношение ко времени его функционирования, степени распространения и т.п., а также к кругу лиц, для которых этот феномен является прецедентным.

Концепция Ю.Н. Караулова, одного из основоположников теории прецедентности отражает максимально широкое понимание прецедентности. Прецедентные тексты он определяет следующим образом: это «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, то есть хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая её предшественников и современников, и, наконец, такие, обращения к которым возобновляются неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [Караулов 1987: 216].

Теория прецедентности формируется на пересечении коммуникативной, дискурсивной, когнитивной лингвистики и лингвокультурологии, однако единого представления о сущностных характеристиках этого явления, его границах, терминологии, типологии и функциях до настоящего времени не выработано. В нашей работе прецедентность понимается широко, но с учетом

того, что объектом исследования стал политический массмедиа дискурс, ориентированный на максимально широкий охват читательской аудитории.

В рамках прецедентных феноменов в зависимости от способа представления выделяются прецедентные тексты [Прохоров 2004: 150-151], прецедентные высказывания [см. там же], прецедентные названия [Костомаров, Бурвикова 1994: 74], прецедентные имена [Прохоров 2004: 151-152], прецедентные ситуации [см. там же], прецедентные даты [Высоцкая 2013:119] и др., что дает возможность более подробно и точно охарактеризовать варианты прецедентности, установить определенные закономерности и выявить значимые нюансы. Сложность организации и структуризации прецедентных феноменов обуславливает их многофункциональность.

Во втором параграфе первой главы рассмотрены несколько точек зрения на определение когнитивного пространства и когнитивной базы, поскольку данные понятия не являются чётко признанными едиными определениями для всех исследователей. Кроме того, приведена многоаспектная классификация прецедентных феноменов: по типам ПФ, по «сферам-источникам» (литература, искусство, религия); по «внешнему масштабу», или широте охвата (социумно-прецедентные, национально-прецедентные, универсально-прецедентные) [Красных 2003: 50].

Особое внимание в работе уделено разным подходам исследователей к характеристике функций прецедентных феноменов (ср.: [Ж.Е. Фомичёва 1992; И.М. Михалёва 1989; .Э.М. Аникина 2004; В.Л. Латышева 2011; Г.Г. Слышкин 2000, 2004; М.Н. Кожина 2008] и др.) Поскольку к настоящему времени однозначного определения функций прецедентных феноменов, критериев их выделения и количества не наблюдается, это однозначно свидетельствует об общей значимости ПФ и их полифункциональности. Обобщив проанализированные точки зрения, мы сделали вывод, что основными функциями ПФ в газетном тексте, которые позволяют реализовать воздействующе-информационную функцию, можно считать следующие: номинативную, юридическую, экспрессивно-декоративную, функцию экономии

речевых средств и эвфемистическую, поскольку все они нацелены на передачу злободневной информации, привлечение внимания, формирование оценочной позиции адресата и т.д.

Глава вторая посвящена практическому анализу заголовков с прецедентной основой в общественно-политических газетных СМИ 2013–2019 гг. Она содержит пять основных параграфов: «Общая характеристика корпуса заголовков с прецедентной основой», «Основные источники прецедентности в газетных заголовках», «Способы апелляции к прецедентным феноменам в газетных заголовках», «Механизмы включения прецедентных феноменов в состав газетных заголовков» и «Основные функции прецедентных феноменов в газетных заголовках». В данной части работы произведен статистический анализ отобранного материала с разных точек зрения.

В параграфе 2.1. приведен анализ заголовков с прецедентной основой в исследуемых массмедиа с разной политической направленностью. Согласно статистическим данным, наиболее активно заголовки с прецедентной основой используют журналисты «Российской газеты» (20,8% всего исследуемого материала). Вторую группу по числу таких заголовков составляют 3 газеты: «Завтра», «Известия», «Аргументы и факты» (более 11%–13%). Третья группа представлена наибольшим количеством газет – 5 изданий: «Комсомольская правда», «Газета.ру», «Независимая газета», «Московский комсомолец», «Лимонка» (от 6% до 10%). Наконец, минимальное число заголовков с прецедентной основой содержится в газете «Советский спорт» (около 1%). Статистический анализ данного материала позволяет сделать вывод о том, что более или менее активное обращение к ПФ не зависит от политической ориентации, функционально-стилистической редакционной политики и тематики изданий.

Параграф 2.2. в свою очередь состоит из восьми подпараграфов. В целом они представляют собой анализ и характеристику основных источников прецедентности, таких как художественная литература (отечественная и зарубежная), киноискусство, музыка и другие – периферийные источники.

Согласно статистическим данным, основным источником ПФ в составе газетных заголовков становится сфера «Искусство» (более 93,3% заголовков), прежде всего – субсфера «Художественная литература» (64,6%), а также субсферы «Киноискусство» (18,3%) и «Музыка» (10,1%). Во всех этих подсферах предпочтение отдается отечественному искусству – изучаемой в школе классической литературе, культовым советским фильмам и телесериалам, а также популярным патриотическим и лирическим песням советского периода.

Приведём примеры:

– Отечественная литература: *Шел в комнату – попал в другую.; И дым отечества нам сладок и приятен...* Изв.; *Отечество нам Царское Село.* РГ; *Да, скифы – мы.* РГ; *Вот моя деревня!* РГ;

– Советские фильмы: *Не то, Марта, не то.* Зв. – «Тот самый Мюнхгаузен» М. Захарова; *Меня терзают смутные сомнения.* Изв.; *Надо, Федя, надо.* РГ; *Чей туфля?* РГ – комедии Л. Гайдая;

– Советские песни: *В полях за Вислой сонной...* РГ; *Там врагу заслон поставлен прочный...* МК; *Жил да был черный кот...* РГ;

Иностранное искусство как источник ПФ представлено в основном западноевропейской классикой и более современными популярными произведениями, многие из которых были экранизированы и поставлены на российской театральной сцене:

– Зарубежная литература: *Новый Робинзон Крузо: на шведском необитаемом острове нашли россиянина.* Изв.; *Уроки великого Гэтсби.* Большое богатство – благо или беда? АИФ; *Барон Мюнхгаузен из Москвы.* КП; *Мюнхгаузен для школы.* КП;

– Зарубежные фильмы: *Оскорби меня, если сможешь.* Г.ру; *Миллионерши из сети.* Г.ру; *Карты, дети, пеликан: история происхождения медицинских символов.* АИФ;

– Зарубежные песни: *Ах, наш милый Гаррисон...* НГ; *О белла чао!* Зв.

Следовательно, современные журналисты ориентируются в основном на читателя – среднего представителя старшего и среднего поколений современного российского общества, получившего хрестоматийные школьные знания по литературе и культуре, отдающего предпочтение советским фильмам и песням.

Как показал анализ отобранного материала, такие сферы как «Реклама», «Мифология и религия», «Исторические и актуальные события и лица», «Наука» занимают периферийное положение в системе источников ПФ. Следовательно, современные журналисты избегают использовать, с одной стороны, религиозные и политические реминисценции, учитывая многоконфессиональность и многопартийность современного российского общества, а с другой – ключевые (в основном рекламные) тексты текущего момента, поскольку их прецедентность обычно краткосрочна и неустойчива.

Приведем примеры газетных заголовков с источниками прецедентности из периферийных сфер:

– Реклама: *Сколько вешать в граммах: зачем задумываться о диверсификации портфеля; До первой звезды нельзя: что приготовить к рождественскому столу? КП; «Просто добавь воды!» 10 вещей, без которых нельзя представить эпоху 1990-х.; Райское наслаждение для идеального тела. В чём польза кокосового масла? АиФ;*

– Мифология и религия: *Темна вода во облацех воздушных. Изв; Острова преткновения. РГ; Истина в зерне. РБК;*

– Исторические и актуальные события и лица: *Котлеты отдельно, мухи отдельно. РГ; Не мочите Олимпиаду в сортире. АИФ; Денег нет... Но вы держитесь! «Фарме - 2020» урезали финансирование. АИФ.*

– Наука: *ГЛОКАЯ КУЗДРА, или О екатеринбургских останках – окончательно. Зв.*

В современных газетных заголовках обнаруживаются разнообразные способы апелляции к прецедентным феноменам (персонаж, автор, название, цитата, место действия). Но предпочтение отдается названиям (около 47%

единиц исследуемого корпуса), поскольку ядерным источником ПФ является сфера «Искусство», хрестоматийное знание о которой включает в себя прежде всего названия литературных произведений, фильмов, песен: *Горе от ума у нас периодически сменяется эйфорией от глупости*. КП; *Война за хутор близ Диканьки*. Лим.; *Отец и дети*. Изв.; *Бойцовский клуб миллиардера*. РБК; *По ком звонят именны колокола?* Зв.; *Тачки, баня, два ствола: как летом отдыхали российские хоккеисты*. АИФ.; *Гори, гори, его звезда*. МК; *Крым, которого больше нет*. Изв.

Второй по популярности способ апелляции к ПФ – *цитирование* (более 30% единиц исследуемого корпуса) – чаще всего представлен хорошо известными фразами, репликами из отечественных классических книг, культовых фильмов и популярных песен. Цитата становится практически единственным способом апелляции к рекламе, историческим и актуальным событиям и лицам: *«Котлету мне, котлету!»*. КП.; *Сжечь их всех, гадов, своим глаголом!* НГ; *В булочную на такси*. Зв.; *Колдуют все!* НГ.; *Свадьба пела и плясала бесплатно*. Г.ру; *«Я не халявщик, я партнер»*. Как Сергей Мавроди обманывал миллионы людей. АИФ.; *Не мочите Олимпиаду в сортире*. АИФ.

Остальные способы апелляции (персонаж, автор и место) фиксируются только в одном источнике ПФ – сфере «Искусство», причем среди авторов преобладают имена русских и иностранных классиков, среди персонажей – герои не только классических, но и популярных книг, фильмов – как русских, так и иностранных.

В исследуемом корпусе газетных заголовков выявлены два основных механизма (способа) включения прецедентных феноменов в текст – без какого-либо изменения ПФ (высказывания-цитаты, имени автора и персонажа и т.п.) и с изменением (модификацией, трансформацией) соответствующего ПФ, причем трансформированные ПФ, как более экспрессивные и функционально нагруженные, составляют большинство – $\frac{3}{4}$ заголовков. Наиболее последовательно формальные модификации присущи всем видам цитат, реже – названиям произведений искусства; единичные примеры относятся к авторам и

персонажам (ср.: *Десять Шварценегритят*. КП). Журналисты наиболее регулярно обыгрывают два способа трансформации – расширение ПФ новым компонентом (*В бой за Донбасс идут «старики»*. Лим. («В бой идут одни старики», реж. Л. Быков; *Король Лев и его свита*. КП («Король Лев» реж. Р. Аллерс и Р. Минкофф)) и замену исходного компонента ПФ авторским («*А слон и ныне там*». МК (исходное: *А воз и ныне там*. И.А. Крылов); «*Не хочу учиться, хочу молиться*». РГ (исходное: *Не хочу учиться, а хочу жениться*. Д.И. Фонвизин)). Значительно реже фиксируется усечение исходного ПФ (*И друг – калмык...* РГ («И друг степей калмык» – А.С. Пушкин)) и контаминация нескольких ПФ (*Армянин первого сорта. 17 мгновений или ирония судьбы Микаэла Таривердиева*. АИФ (советские телесериалы «17 мгновений весны»; «Ирония судьбы»)). Коэффициент обращения к тому или иному способу трансформации зависит от степени креативности автора конкретной статьи, а не от политической направленности и типа массмедиа.

В функциональном аспекте всем исследуемым прецедентным феноменам присуща полифункциональность. В частности, все они выполняют базовые для ПФ в целом функции – установления контакта и диалогизации, организации и образования текста, смыслопорождения, а также универсальную для газетных заголовков функцию – привлечения внимания читателей к содержанию публикации. Как правило, указанная универсальная функция совмещается и усложняется такими функциями, как оценочная, информативная, интригующая и стимулирующая. Характерной особенностью выполнения всех этих дополнительных функций является косвенный способ их реализации. Данное свойство напрямую связано с обыгрыванием именно прецедентного феномена в заголовке, предваряющем основной текст публикации. Степень значимости каждой из указанных функций зависит от содержания статьи, выбранного типа ПФ и лично-профессиональных характеристик конкретного журналиста.

Заключение. Прецедентные феномены, представляя собой культурно значимые, широко известные и воспроизводимые всеми членами определенного лингвокультурного сообщества текстовые вкрапления,

регулярно используются в составе газетных заголовков в современных российских общественно-политических СМИ. Такого рода реминисценции помогают журналистам расширить рамки текста, вызвав у читателя необходимые автору ассоциации, создав определенный культурно-исторический фон и др. Следовательно, прецедентные феномены активно участвуют не только в текстообразовании, в диалогизации массмедийной коммуникации, но и в формировании определенной картины мира. Не менее значимым является тот факт, что, несмотря на разнообразие конкретных видов заголовков и используемых прецедентных феноменов, в функционировании заголовков с прецедентной основой выявляются определенные закономерности. Данные закономерности распространяются на основные источники ПФ, на способы апелляции и механизмы включения ПФ в состав газетных заголовков. Следовательно, подобная система предпочтений также свидетельствует о формировании некоторой картины мира, которая репрезентируется в том числе и с помощью отсылок к прецедентным феноменам.

Вместе с тем проведенный анализ демонстрирует в основном систему прецедентных феноменов, реминисценций журналистского сообщества, а также его представлений о такого рода феноменах у стереотипного, среднестатистического читателя. Для более глубокого и объективного решения проблемы прецедентности в современных российских массмедиа необходим анализ реакции читателей на соответствующие заголовки с прецедентной основой. Именно такого рода изыскания могут стать основой для дальнейших исследований. Кроме того, перспективой исследования может стать анализ функционирования прецедентных феноменов в газетных заголовках в динамическом аспекте – в разные периоды развития общества и газетных СМИ.

Список цитируемой литературы:

1. *Аникина Э.М.* Лингвокультурная специфика реализации интертекстуальности в дискурсе СМИ (на материале англо-американской прессы) : автореф. дисс. ...канд.филол.наук / Э.М. Аникина. – Уфа, 2004. – 23 с.

2. *Высоцкая И.В.* Спорные вопросы теории прецедентности / И.В. Высоцкая // Критика и семиотика. – 2013. – №1 (18). – С.117–137.
3. *Гаспаров Б.М.* Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования / Б. М. Гаспаров. – М. : Новое литературное обозрение, 1996. – 352 с.
4. *Караулов Ю.Н.* Русский язык и языковая личность. / Ю.Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 264 с.
5. *Кожина М.Н.* Стилистика русского языка: учебник / М.Н. Кожина, Л.Р. Дускаева, В.А. Салимовский. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 464 с.
6. *Костомаров В.Г.* Как тексты становятся прецедентными / В.Г. Костомаров, Н.Д. Бурвикова // Русский язык за рубежом. – 1994. – № 1. – С. 73-76.
7. *Красных В.В.* Виртуальная реальность или реальная виртуальность? (человек. сознание. коммуникация) / В.В. Красных. – М. : Диалог МГУ, 1998. – 352 с.
8. *Красных В.В.* «Свой среди чужих»: миф или реальность? / В.В. Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
9. *Латышева В.Л.* Признаки и функции прецедентных феноменов / В.Л. Латышева // Вестник ИрГТУ. Гуманитарные науки. – 2011. – №1. – С. 296-300.
10. *Михалева И.М.* Текст в тексте: психолингвистический анализ: автореф. дис. ... канд. филол. наук / И.М. Михалева. – М., 1989. – 20с.
11. *Орлова Н.М.* Библейский текст как прецедентный феномен / Н.М. Орлова / под ред. Л.В. Балашовой. – Саратов: Саратовский гос. социально-экон. ун-т, 2008. – 352 с.
12. *Прохоров Ю.Е.* Действительность. Текст. Дискурс / Ю.Е. Прохоров. – М. : Флинта: Наука, 2004. – 222 с.
13. *Слышкин Г.Г.* От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г.Г. Слышкин. – М. : Академия, 2000 – 128 с.
14. *Слышкин Г.Г.* Кинотекст (Опыт лингвокультурологического анализа) / Г.Г. Слышкин М.А. Ефремова. – М. : Водолей Publishers, 2004 – 153 с.
15. *Слышкин Г.Г.* Лингвокультурные концепты и метаконцепты: автореф.дис. ... д-ра филол. наук / Г.Г. Слышкин. – Волгоград, 2004. – 39 с.
16. *Фомичева Ж.Е.* Интертекстуальность как средство воплощения иронии в современном английском романе: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ж. Е. Фомичева. – СПб., 1992. – 20 с.
17. *Чемезова И.А.* Прецедентная модель языковой игры в газетном заголовке / И. А. Чемезова. – Екатеринбург : АКД, 2008. – 225 с.