

**ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ЕДИНИЦЫ
В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ДИСКУРСЕ
(НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛОВ «ОГОНЁК» И «РУССКИЙ РЕПОРТЕР»)**

Статья посвящена функционированию прецедентных феноменов в современном информационном пространстве. В статье рассмотрены особенности современного информационного дискурса, дана классификация прецедентных единиц по тематическим группам, по степени известности. Обозначена роль прецедентных единиц в создании современного текста, в частности — оформлении заголовка.

Ключевые слова: прецедентное имя, прецедентное высказывание, прецедентный текст, прецедентная ситуация, информационный дискурс, журнальный заголовок.

Интенсивное развитие средств массовой информации, обилие источников, появление такого глобального информационного пространства, как Интернет, и в связи с этим приобретение информацией характера общедоступности стали причиной возникновения информационной перенасыщенности, а как результат — изменения сознания массового адресата. Объемы информации выросли настолько, что как адресат, так и средства массовой коммуникации потеряли над ней контроль. Массовый потребитель начал воспринимать информацию фрагментарно, и главными качествами информации стали не глубинный смысл, не полнота, а четкость и лаконичность. В этой связи широкое распространение в печатной публицистике получило использование прецедентных единиц.

Прецедентные феномены — это единицы языка и речи, которые «знакомы большинству лингвокультурного сообщества, хранятся в коллективной памяти этого сообщества и регулярно актуализируются в речи»¹.

В данной статье была предпринята попытка классификации прецедентных единиц по формальным признакам, исходя из различных подходов к пониманию прецедентности. Все прецедентные единицы, взятые нами для анализа, представляют собой заголовки публицистических статей таких журналов, как «Огонёк», «Русский репортер».

I. Классификация прецедентных феноменов по тематическим группам

В соответствии с наиболее авторитетной современной концепцией прецедентности (Гудков, Захаренко, Красных, Багаева, 1997)², нами были разграничены следующие виды прецедентных феноменов: прецедентное имя, прецедентное высказывание, прецедентный текст и прецедентная ситуация.

В ходе исследования мы обнаружили, что для оформления заголовков используются все виды прецедентных феноменов. Наиболее частот-

ными прецедентными феноменами стали прецедентные высказывания, а наименее распространенными — прецедентные имена.

Обозначим наиболее интересные случаи употребления в заголовках журналов «Огонёк» и «Русский репортер»:

а) прецедентных имен:

«*Русский паганини*» — автор статьи отсылает нас к авторитету Николо Паганини, подсказывая тем самым, что в статье речь будет идти о русском скрипаче, талант которого приравнивается таланту выдающегося итальянского скрипача. Но для того чтобы узнать, о ком именно идет речь, читателю необходимо прочитать или ознакомиться со статьей.

«*Кира Каренина*» — данный заголовок отличается вариативностью интерпретации: а) отсылка к классике (роман Л. Н. Толстого «Анна Каренина»); б) отсылка к авторитету британской актрисы Киры Найтли.

б) прецедентных ситуаций:

«*Проверены „Фукусимой“*» — автор отсылает нас к аварии на АЭС «Фукусима-1», который был вызван мощнейшим землетрясением в Японии. В статье речь идет о ликвидаторах данной катастрофы, именно о них автор пишет «*проверены „Фукусимой“*».

«*Шельф попутал*» — отсылка к коррупционному скандалу, который развился между Казахстаном и Италией. Причиной тому стал Казахстанский шельф Каспийского моря, который имеет крупнейшие запасы нефти и газа.

в) прецедентных текстов:

«*Супермартышка и суперочки*» — автор отсылает читателя к басне И. А. Крылова «*Мартышка и очки*». Статья о новых Гуглочках, которые помогут человечеству выйти на новый уровень восприятия.

«*Старье и „Море“*» — автор отсылает читателя к знаменитой повести Э. Хемингуэя «*Старик и море*». Данная статья о питерском магазине «Море», который является одним из пионеров формата «кирпучтория», то есть блошиного рынка.

г) прецедентных высказываний:

«*Восстановись, мгновенье!*» — автор отсылает читателя к трагедии немецкого писателя Гёте «*Фауст*». В произведении Фауст произносит фразу: «*Остановись, мгновенье! Ты прекрасно!*». В самой статье речь идет об открытии выставки «*Искусство памяти: 19/91*», основу экспозиции которой составляют зарисовки 1991 года по мотивам архивных фотоснимков.

«*Землю — интеллигентам*» — автор отсылает читателя к лозунгу «*земля — крестьянам*». Статья о «*новых колхозах*», а точнее, об экопоселениях: бывшие бизнесмены и программисты, изменившие свое отношение к деньгам, хотят жить и работать на природе, объединив для этого собственные силы.

II. Классификация прецедентных феноменов по характеру прецедентности (или степени известности)

В сознании каждого из нас содержатся национальные, культурные, социальные и индивидуальные смыслы, которые закреплены в нашем поведении, в наших убеждениях и, конечно же, в нашем языке.

Исходя из этого, опираясь на классификацию В. В. Красных³, нами были выделены:

- 1) социумно-прецедентные;
- 2) национально-прецедентные;
- 3) универсально-прецедентные феномены.

Итак, примеры:

1) **социумно-прецедентных** феноменов, которые встречаются в заголовках рассматриваемых нами журналов:

«*Четыре всадника апокалипсиса отношений*» (в оригинале: *четыре всадника апокалипсиса*) — является прецедентным для представителей христианского социума.

«*Казанский феномент*» (в оригинале: *казанский феномен*) — данный заголовок является прецедентным для представителей социума сотрудников полиции, то есть для профессионального социума.

«*Сухое станет мокрым*» (в оригинале: «*Первые станут последними, а последние станут первыми*» — *Евангелие от Матфея*, гл.19) — является прецедентным для представителей христианского социума.

2) **национально-прецедентные** феномены:

«*Стенка на стенку*» (в оригинале: «*стенка на стенку*», или «*стеношный бой*») — название старинной русской забавы;

«*Совет да не любовь*» (звучание в оригинале: «*совет да любовь*») — поговорка, единица устного народного творчества;

3) **универсально-прецедентные** феномены:

«*Гамлет отдыхает*» — *Гамлет* — центральный образ трагедии Уильяма Шекспира «*Трагическая история о Гамлете, принце датском*», которая является одной из самых знаменитых пьес в мировой драматургии.

«*Новая Великая стена*» (в оригинале: «*Великая Китайская стена*») — один из древнейших архитектурных памятников Китая, известный во всем мире.

Анализ таких журналов, как «Огонёк» и «Русский Репортёр», показал, что прецедентные единицы являются важнейшим средством создания современного текста, в частности — оформления заголовка.

Мы обнаружили, что, будучи результатом смысловой компрессии содержания исходных текстов, прецедентные единицы обладают большой семантической емкостью при минимальной формальной вместимости, а лаконичность и концентрация предельно важны в публицистике, особенно при оформлении таких элементов текста, которые находятся в сильной позиции.

Проанализировав выявленные примеры, мы увидели, что для оформления заголовков изучаемых нами журналов чаще всего используются прецедентные высказывания. Данная закономерность, на наш взгляд, объясняется явной национально-культурной отмеченностью прецедентных высказываний, что в свою очередь способствует полному декодированию этих элементов русскоязычным массовым адресатом (целевой аудиторией журналов), на которого, собственно, и направлена информация.

В ходе настоящего исследования мы обнаружили, что журналисты обращаются не только к национальным и культурным фоновым знаниям массового адресата, но и к социальным и индивидуальным смыслам, которые закреплены в сознании, в поведении и в языке индивидуальной языковой личности. Об этом свидетельствует обилие, а иногда и преобладание социумно-прецедентных феноменов над национально-прецедентными и универсально-прецедентными единицами.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М., 2003. С. 102.

² Гудков Д. Б. и др. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний // Вест. Московского ун-та. 1997. № 4. С. 106–118.

³ Красных В. В. и др. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации // Вестн. Московского ун-та. Сер. 9, Филология. 1997. № 3.

Miftakhova M. M.

Kazan (Volga Region) Federal University

PRECEDENTIAL UNITS IN MODERN INFORMATION SPACE: ON THE EXAMPLE OF “OGONIOK” AND “RUSSKY REPORTER” MAGAZINES

The article is devoted to functioning of the precedent phenomena in modern information space, reviewing article the peculiarities of modern information discourse, and giving the classification of precedent units in thematic groups, according to the degree of fame. The role of precedent units in modern text creation, in particular the design of the headline is indicated.

Keywords: precedent names; precedent texts; precedent statements; precedent situation; information discourse; magazine headline.