

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра русского языка,
речевой коммуникации
и русского как иностранного

Прецедентные феномены как средство экспрессивизации медиатекста

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 431 группы
направления 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики
Кожина Андрея Александровича

Научный руководитель
К.ф.н., доцент

подпись, дата

М.А. Кормилицына

Зав. кафедрой
Д.ф.н., профессор

подпись, дата

М.А. Кормилицына

Саратов 2018

Общая характеристика работы

Выпускная квалификационная работа состоит из Введения, двух глав, Заключения, Списка используемых источников и Приложения. Объём работы 100 страниц. Использовано 33 источника.

Актуальность темы связана с возрастающим интересом лингвистов к когнитивному аспекту языка и когнитивистике в целом, с особым вниманием к процессам интертекстуальности и к контенту СМИ как к продукту, формирующему массовое сознание.

Цель данной работы заключается в анализе прецедентных феноменов (ПФ) в печатных СМИ и изучении их влияния на процесс экспрессивизации медиатекста.

Для достижения этой цели поставлены следующие **задачи**:

- рассмотреть, как представлено понятие «прецедентный феномен» в современной лингвистике;
- проанализировать не менее 350 статей в газетах «Московский комсомолец», «Новая газета», «Российская газета» на предмет использования журналистами ПФ;
- систематизировать и классифицировать собранные ПФ с точки зрения их вида, типа трансформации, источников;
- выявить функции и мотивы их употребления;
- сопоставить особенности функционирования ПФ в печатных СМИ разной политической направленности.

Материалом исследования является 361 статья в газетах «Московский комсомолец», «Новая газета», «Российская газета» за период с декабря 2017 года по февраль 2018 года (225 случаев употребления ПФ). Эти СМИ выходят в бумажной версии, они имеют собственные веб-сайты и интегрированы в социальные сети. Исследуемые газеты имеют разную политическую направленность («Новая газета» – оппозиционная,

«Московский комсомолец» – нейтральная, «Российская газета» – проправительственное издание), что сказывается на характере материалов, и, соответственно, разном использовании языковых приемов. Использование ПФ помогает журналисту не только установить контакт с читателем, но и заранее сформировать «нужный» образ.

Основное содержание работы.

Во *введении* объясняется актуальность исследования, формулируются цели и задачи работы, описывается исследуемый материал.

В I главе рассматриваются подходы к определению понятий «интертекстуальность» и «прецедентный феномен» в современной лингвистике, описываются виды ПФ, их функции и источники, а также типы трансформаций.

В 1987 году Ю.Н. Караулов вводит понятие «прецедентный текст». Термин Ю.Н. Караулова «прецедентный текст» был обобщен участниками семинара «Текст и коммуникация» под руководством В.В. Красных. Исследователи предложили называть интертекстуальные единицы прецедентными феноменами. Замену слова «текст» на «феномен» они объяснили тем, что под текстом понимают нечто более узкое.

В.В. Красных немного модифицирует определение Ю.Н. Караулова и относит к числу прецедентных следующие феномены (Красных 1998: 51):

- 1) хорошо известные всем представителям национально-лингвокультурного сообщества («имеющие сверхличностный характер»). ПФ хорошо известен всем, так как в сознании человека того или иного ментально-лингвального комплекса есть некий общий, обязательный для всех носителей национально-детерминированный и минимизированный инвариант его восприятия;
- 2) актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном плане). За ПФ всегда стоит некое представление о нем, общее обязательное для всех носителей того или иного национально-

культурного менталитета, или инвариант его восприятия, который и делает все апелляции к ПФ «прозрачными», понятными, коннотативно окрашенными;

- 3) обращение (апелляция) к которым постоянно возобновляется в речи представителей того или иного национально-лингво-культурного сообщества. Под апелляцией понимается то, что «возобновляемость» обращения к тому или иному ПФ может быть потенциальной, то есть апелляция к нему может и не быть частотной, но в любом случае она будет понятна собеседнику без дополнительной расшифровки и комментария (в ином случае это не будет являться апелляцией к ПФ – признаки 1-2).

В выпускной работе идет опора именно на этот подход к понятию «прецедентный феномен» (ПФ).

Основными видами ПФ являются прецедентная ситуация (ПС), прецедентный текст (ПТ), прецедентное имя (ПИ) и прецедентное высказывание (ПВ). ПФ делятся на канонические и эталонные.

В зависимости от коммуникативной цели ПФ могут использоваться как исходном, так и в трансформированном виде. В первую очередь трансформация осуществляется для придания новых или дополнительных смысловых и стилистических оттенков.

Источники ПФ хорошо известны носителям той или иной культуры. Это имена реально существовавших и существующих личностей, тексты художественной литературы, ситуации и события, географические названия, музыкальные произведения, кинематограф, пословицы и поговорки. У автора, использующего ПФ, есть конкретная цель, поэтому каждый феномен выполняет определенную функцию.

Во II главе «Анализ видов ПФ в исследуемом материале» описываются результаты анализа, приводятся количественные данные исследуемого материала, анализируются конкретные ПФ в определённом контексте.

Наиболее часто встречающимся типом ПФ являются **прецедентные тексты**. В РГ их абсолютное большинство (43%), в НГ – 39% и только в МК по частоте использования они уступили ПВ и составили 23% от общего количества ПФ.

В устной речи ПТ встречаются значительно реже, чем в газетном тексте прежде всего из-за того, что письменный текст создается журналистами дольше, подвергается редактуре. Еще одной из причин может являться и то, что журналисту необходимо подкреплять свои мысли теми текстами, которые являются каноничными и по мнению читателя считаются авторитетными.

ПТ обращают читателя к тексту в целом, выделяя наиболее значимые, характерные для произведения проблемы и темы.

В целом отличия в использовании ПТ небольшие. В НГ журналисты используют преимущественно классические литературные тексты, в РГ и МК помимо них нередко в качестве ПТ выступают произведения массовой культуры: фильмы и песни, художественные тексты. Возможно, это обусловлено ориентированием НГ на более начитанного и всесторонне развитого читателя, тогда как МК и РГ стараются сделать свои тексты более доступными для массовой аудитории.

Вторыми по частоте использования стали **прецедентные имена (ПИ)**. В НГ они составляют 30,67% от общего количества ПФ, в РГ – 28%, а в МК они расположились на третьем месте, уступая ПВ и ПТ, и составили 21,33%. Но отставание от ПТ в МК довольно небольшое (22,67%, разница 1,34%).

Как правило, при использовании того или иного ПИ происходит обращение не ко всему образу человека, а к наиболее важной, запоминающейся черте характера или к событию, с которым данный герой ассоциируется. ПИ часто используются в анализируемых газетах как в основном тексте статей, так и в заголовках.

Прецедентное высказывание (ПВ) в каждой из газет занимает разное место по частоте употребления. В МК этот тип ПФ превалирует над всеми остальными – 48%. Это связано прежде всего с тем, что журналисты данного

издания используют ПФ в основном в заголовках (88%) и рассчитывают свои материалы в первую очередь на массового читателя. В РГ использование ПВ составляет 24%, а в НГ они используются реже всего – 13,33%.

В большинстве случаев ПВ являются цитатами из песен и художественных произведений, встречаются и реплики известных людей, реже используются рекламные слоганы.

ПВ представляет собой готовую формулу, часто рифмованную и повторяющуюся в устной речи или СМИ многократно. Этим обусловлена легкость их запоминания реципиентами.

Исследование показало, что в 95% случаев ПВ используются в трансформированном виде, но реципиент без дополнительных сложностей может идентифицировать оригинальное высказывание.

Меньше всего в газетном тексте происходит апелляция к **прецедентным ситуациям (ПС)**. Из трех анализируемых газет чаще ПС встречаются на страницах НГ – 17,33% от общего количества ПФ, в МК – 8%, а реже всего ПС используют журналисты РГ – 5,33%. В НГ характер общественно-политических материалов преимущественно аналитический. Поэтому журналисты апеллируют к ситуациям и анализируют их, пытаются проецировать их на наше время.

ПФ могут использоваться как в неизменном, так и в трансформированном виде. При трансформации наблюдается изменение исходного ПФ при сохранении его структуры.

Соотношение трансформированных и нетрансформированных ПФ в исследуемых газетах представлено в диаграмме 1.

Диаграмма 1.



В РГ и МК трансформированные ПФ преобладают над неизменными. В НГ обратная ситуация: количества трансформированных ПФ в два раза ниже, чем ПФ, использованных в исходном виде. На мой взгляд, это связано с тем, что в РГ и МК подавляющее число ПФ используется в заголовках, а в НГ большая часть ПФ встречается в основном тексте (см. таблицу 2, стр. 29). Журналисты трансформируют ПФ в заголовках для того, чтобы сразу акцентировать внимание читателя на статье. Любое использование ПФ в той или иной степени ведет к изменению его смысла, так как в разных контекстах оттенки его значения могут отличаться. В случае с трансформированными ПФ степень изменения смысла усиливается, потому что у реципиента сначала возникает ассоциация с исходным ПФ, затем он начинает воспринимать изменения, которые сделал автор статьи.

Исследование показало, что **самым частотным способом трансформации стало замещение лексем при сохранении синтаксической модели ПФ**. Вторым по частоте использования типом трансформации является **расширение компонентного состава ПФ**. Следующим типом трансформации по частоте встречаемости можно назвать **сокращение компонентного состава ПФ**.

Нередко журналисты используют такой вид трансформации как **контаминация**. Исследование показало, что **морфологическая трансформация ПФ** используется журналистами достаточно активно.

Значительно реже всех вышеназванных типов трансформации встречается использование **несколько ПФ одновременно**. Это связано с трудностью восприятия читателем. Меньше всего от такой трансформации могут пострадать ПВ, источником которых являются стихи или песни.

В анализируемых примерах практически не встретилась трансформация, связанная с **изменением типа высказывания по коммуникативной цели (вопросительная или восклицательная)**. На мой взгляд, этот тип изменения ПФ больше используется в устной речи.

В классификации типов трансформаций ПФ, которую дают лингвисты, я не встретил **способ, связанный с пунктуационными изменениями**. Такая трансформация возможна только в письменной речи. В исследуемом мной материале это проявляется в добавлении кавычек и/или удалении или добавлении восклицательных и вопросительных знаков.

В ходе исследования не удалось столкнуться с тремя видами трансформации: образования новых слов на базе ПФ, параномазии и аллюзии. На мой взгляд, эти приемы довольно сложны для восприятия читателем газет, как правило, такие способы используются преимущественно в литературных текстах, но нельзя утверждать, что их нельзя встретить в газетах. В своих работах лингвисты отмечали эти виды трансформации как редко встречающиеся и трудно определяемые.

ПФ – это единицы, хорошо знакомые всем представителям определенного национально-лингвокультурного сообщества, они регулярно воспроизводятся в речи представителей той или иной группы. Поэтому источники этих единиц широко известны. Они обеспечивают связь между ПФ и сообщаемой информацией.

Исследование показало, что самым частотным источником ПФ является область **литературы и культуры**. В РГ таких единиц абсолютное большинство

– 61,33%. НГ и МК имеют приблизительно одинаковую частоту употребления таких ПФ: 40% и 38,67% соответственно.

ПФ, источником которых является **история и политика**, находятся на втором месте по частоте встречаемости в газетах. Только в РГ они немного уступают ПФ, апеллирующим к продукции теле- и кинопроизводства. На мой взгляд, журналисты РГ в общественно-политических материалах намеренно используют ПФ с другими сферами-источниками.

Отсылка к **продукции теле- и кинопроизводства** встречается не так часто, как предыдущие сферы-источники, но и здесь можно проследить особенности. В большинстве случаев употребление таких ПФ не отличается по газетам. Результаты анализа показали, что практически все примеры таких ПФ - это произведения, которые известны всем представителям ментально-лингвального комплекса.

Реже всего журналисты апеллируют к **Библии и религиозным текстам**. На мой взгляд, это связано с этическими соображениями. Помимо этого, население России разнородно по конфессиональному составу, и употребление тех или иных ПФ из такого рода текстов может привести к коммуникативным неудачам.

Таким образом, журналисты стремятся использовать такие сферы-источников ПФ, которые будут понятны широкому кругу читателей, за исключением некоторых случаев в НГ. В основном авторы материалов апеллируют к классическим произведениям либо к продуктам массовой культуры, которые актуальны сегодня.

При использовании ПФ журналист имеет определенные мотивы. Несмотря на схожие цели, мотивы употребления ПФ могут быть разными.

Одна из главных задач журналиста – заинтересовать читателя своим материалом. Поэтому, используя ПФ, он хочет **наладить контакт с аудиторией**.

Особенно это характерно для заголовков, журналист стремится **создать смеховое пространство** посредством употребления того или иного ПФ.

Одним из самых частотных мотивов является **самопрезентация**. В особенности этот мотив характерен для журналистов НГ. Нередко журналист при помощи ПФ пытается **дать оценку ситуации**. Автор может стремиться к **точному и лаконичному** выражению мыслей и использует для этого ПФ.

Единой позиции относительно функций ПФ в современном языкознании нет. Исследователи при анализе функций ПФ отмечают их зависимость от типа текста и сферы употребления.

Одной из частых функций включения ПФ в текст в исследуемом материале является **экспрессивно-декоративная ПФ**, которую можно объединить с поэтической. Особенно часто ее используют в заголовках статей. Нередко журналисты используют ПФ для **экономии речевых средств**. Как правило, это ПФ из литературы или политики, так как у реципиента возникает ряд ассоциаций с именем и он понимает, что хотят ему сказать. **Персуазивная** функция также является одной из основных в газетном тексте. Журналисты очень часто обращаются к классическим текстам, чтобы убедить читателя в своей точке зрения на тот или иной вопрос, а также продемонстрировать свою начитанность. **Людическая (игровая)** функция, согласно результатам исследования, также широко представлена в газетах. Авторы материалов нередко используют ПФ для **оценки передаваемой информации**. Чаще всего ПФ являются полифункциональными.

В **Заключении** подводятся итоги исследования. Вопросы, связанные с проблемами функционирования прецедентных феноменов в газетных текстах не перестают быть актуальными и сегодня. Работ, рассматривающих реализацию интертекстуальности в качественных газетах разной политической направленности, не так много. В основном исследуются массовые газеты, таблоиды и их сайты в Интернете. Исследования функционирования ПФ в газетах разной политической направленности помогут выявить уровень профессионализма и культуры современных журналистов, которые своими материалами влияют на мировоззренческие особенности представителей русского ментально-лингвального комплекса.

Исследование показало, что самыми частотными ПФ в НГ и МК являются ПТ, в РГ лидируют ПВ. Это связано с положением ПФ в тексте статьи. В РГ абсолютное большинство ПФ употреблены в заголовках (89,33%). Использование ПВ в заголовках более удачно, так как сразу привлекает внимание читателя своей формой и легкостью запоминания. К ПИ авторы материалов отсылают довольно часто во всех трех газетах. Реже всего журналисты апеллируют к ПС.

Самыми частыми типами трансформации в исследуемом материале оказались замещение лексем при сохранении синтаксической модели, сокращение или расширение компонентного состава прецедентного феномена, контаминация, несколько типов трансформации в одном ПФ, пунктуационные изменения. Источниками прецедентных феноменов в газетах являются прежде всего литературные тексты, исторические и общественно-политические ситуации, кино- и телепродукция, имена известных личностей.

Выполнение ПФ определённых функций зависит от их вида и позиции в тексте. Выделены экспрессивно-декоративная, смыслоформирующая, оценочная, фатическая, людическая функции и функция экономии речевых средств.

В ходе исследования выяснилось, что большая часть прецедентных феноменов употребляются авторами материалов в РГ и МК в трансформированном виде, в то время как в НГ большинство используемых ПФ не подвергаются трансформации. Это может быть связано с тем, что журналисты МК и РГ используют ПФ преимущественно в заголовках, тем самым стараются привлечь внимание читателя, погружая знакомый ПФ в новый контекст, использовав трансформацию. В то же время публицисты НГ в большинстве случаев апеллируют к ПФ в основном тексте статьи. Они отсылают к ним как к более авторитетным источникам, и изменение исходного ПФ в этом случае не требуется. Среди типов трансформации в исследуемом материале самым распространенным является замещение лексем при сохранении модели ПФ.

Главными мотивами использования ПФ в газетном тексте являются: стремление наладить контакт с аудиторией, создать смеховое пространство, выразить свои мысли экспрессивно, точно и лаконично. ПФ употребляются и для выражения собственной оценки ситуации и самопрезентации.