

Прецедентные феномены в заголовках современных газет: выбор источников цитирования

Левченко Лина Анатольевна

Студент (бакалавр)

Северо-Кавказский федеральный университет, Факультет филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Кафедра русского языка, Ставрополь, Россия

E-mail: lina.levchenko.1994@mail.ru

Пресса наряду с другими СМИ является незаменимым источником информации для людей. Газеты влияют на общественное сознание, освещая события и явления всех сфер человеческой жизни: политики, религии, образования и т.д. Сила воздействия газетного текста во многом зависит от заглавия. Заголовок подготавливает и привлекает читателя к восприятию последующего текста, то есть правильно выбранное название статьи - это пятьдесят процентов успеха. Чаще всего журналисты печатных изданий для заглавия используют эмоционально-коннотированную лексику, восклицания и прецедентные тексты, чтобы увеличить эмоциональное воздействие на читателя и не проиграть радио или телевидению с их сверхоперативной подачей информации.

Толчком для исследования употребления прецедентных феноменов в газетных заголовках явилось, во-первых, введение Ю.Н. Карауловым, В.Г. Костомаровым, Н.Д. Бурвиковой, Ю.Е. Прохоровым в научный оборот таких терминов как «прецедентный феномен» (далее ПФ), «прецедентный текст» (далее ПТ), «прецедентное высказывание» (далее ПВ), «текстовые реминисценции» и др. А во-вторых, собственно активное использование корреспондентами в статьях, репортажах, рецензиях прецедентных феноменов (далее ПФ).

Ю.Н. Караулов определяет ПТ как «тексты, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [1].

Прецедентные феномены могут быть как вербальными так и невербальными (произведения живописи, скульптуры, архитектуры, музыкальные творения и т.д.) [2]. Вербальные ПФ включают в себя произведения художественной литературы, тексты песен, анекдоты, популярные рекламные слоганы. К числу ПВ относятся пословицы, поговорки, афоризмы и высказывания известных личностей. Использование определенных вербальных ПФ связано непосредственно с журналистской установкой на читателя.

Заимствовав из компьютерной лингвистики такое понятие, как «интеллектуальный анализ текста», который в общем виде представляет извлечение данных, мы попытаемся на примере газетных заголовков «Российской газеты», газет «Аргументы и факты», «Твой день» выявить соотношение используемых в заголовках ПФ в зависимости от разновидности издания (качественная или «желтая пресса»).

Использование произведений художественной литературы в качестве ПТ в заголовках газет - это способ журналиста заставить своего читателя вступить с ним в диалог, ведь разгадка многослойного заголовка всегда есть интеллектуальные усилия над собой, которые приведут к отгадке замысла автора. Но такая тенденция к интеллектуализации свойственна не многим печатным газетам, а только тем, которые принято относить к качественной прессе. Например, авторы все чаще отказываются от «канонических» ПВ и являют читателю их трансформированные формы, например, знаменитая первая строка письма Татьяны к Онегину («Евгений Онегин» А.С. Пушкин): Я к вам пишу — чего же боле?/Я

жду ГАИ, чего же боле (РГ Неделя №26 (149) 9-15.07.2015). Заголовок: *Семь лет одиночества* (РГ №153 15.07.2015) отсылает нас к первичному тексту - роману колумбийского писателя Габриэля Гарсиа Маркеса «Сто лет одиночества». *Вергилий с фотокамерой* (РГ №153 15.07.2015) - это пример употребления прецедентного имени (Вергилий — знаменитейший поэт Августовского века). Название статьи: *Семь кругов суда* (РГ №158 21.07.2015) является примером феномена прецедентной ситуации. В статье описан судебный процесс над предприятиями, произошедший в Северной Осетии, т.е. автор статьи указывает на сходство пережитых тягот предприятиями и героем «Божественной комедии» Данте. *Хотят ли геймеры войны* (РГ №162 24.07.2015) - это трансформированная строка известного стихотворения Е.А. Евтушенко «Хотят ли русские войны?». *Студент: преступление и наказание* (РГ 27.07.2015 №163), *Без вина виноватые* (РГ №182 18.08.2015) - это вторичные тексты. Название статьи: *Дама с собачкой* (РГ №183 19.08.2015) - это нетрансформированное употребление названия рассказа А.П. Чехова, но при этом статья не о первичном тексте, так как в ней рассказывается о том, как вдохнуть жизнь в старинную усадьбу.

Отличительным признаком «желтой прессы» является специфика её взаимодействия с аудиторией. «Желтая пресса» не ставит перед собой цель донести до читателя максимально полезную информацию, она ориентируется, прежде всего, на рекреативную функцию. Автор не отождествляет себя с читателем, он предлагает ему информацию, опираясь на собственные представления об этом читателе. При этом зачастую уровень авторского представления об аудитории невысок. Автор делает ставку на готовность читателей усвоить любой предложенный материал.

В заголовках таких газет чаще всего ПФ являются номинациями кинофильмов или перефразированными выражениями из популярных песен, например, *Спаси рядового Марусю* (АиФ 8-14.07.2015 №28), *«Спасибо, что живой»* (АиФ №33 12-18.08.2015), *Спасибо, что живой!* (ТД №157-2015 23.07.15) - публикация о сыне Высоцкого, который попал в больницу с тяжелым алкогольным опьянением, *Слышь, ты че такой дерзкий, а?* (ТД №139-2015 02/07/15) - статья, рассказывающая об избиении охранником магазина покупателя. *Джентельмены на даче* (ТД №139-2015 02.07.15) - статья о праздновании дня рождения наследника Киркорова или *Миссия выполнима* (ТД № 140-2015 03.07.15 стр. 10). *Ограбление по-итальянски* (ТД № 150-2015 15.07.15) материал о том, как Капелло «выбил» из Мутко полную компенсацию в 1,3 млрд рублей.

Употребление прецедентных феноменов в заголовках современных газет на сегодняшний день весьма актуально, а источники их цитирования разнообразны. Но выбор этих источников зависит непосредственно от того на какую целевую аудиторию направлено данное печатное периодическое издание. Выявив использованные в заголовках газет ПФ, мы можем установить факторы, влияющие на формирование современной языковой личности, которая несет ответственность за чистоту речевой культуры.

Источники и литература

- 1) Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М, 1987.
- 2) Красных В. В., Гудков Д. Б., Захаренко И. В., Багаева Д. В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и коммуникации // Вестн. МГУ. Сер.: Филология. – 1997. – № 3.