

Научная статья
УДК 811.161.1:070

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ТЕКСТОВ
КАК ОДИН ИЗ ПРИЁМОВ ЛИНГВОКРЕАТИВНОСТИ
(НА МАТЕРИАЛЕ ЗАГОЛОВКОВ ГАЗЕТ ПРИМОРСКОГО КРАЯ)**

Юлия Анатольевна Павлова

старший преподаватель, Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия,
yuliya.pavlova.1970@mail.ru

Аннотация. Данная статья посвящена рассмотрению одного из приёмов создания лингвокреативного заголовка – использованию прецедентного текста. Основу механизма лингвокреативности составляет трансформация исходного слова, словосочетания или предложения, что позволяет автору добиться семантической «сжатости», многозначности и в то же время достичь определенного прагматического эффекта. Цель статьи – проанализировать функционирование прецедентных текстов на ранее не описанном материале заголовков газет Приморского края, представить типы прецедентных текстов, описать способы их трансформации и выявить функции этого приема лингвокреативности.

Ключевые слова и фразы: лингвокреативность, прецедентный текст, заголовок, газетная статья.

Для цитирования: Павлова Ю.А. Использование прецедентных текстов как один из приёмов лингвокреативности (на материале заголовков газет Приморского края) // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 1. С. 65–68.

Original article

**THE USE OF PRECEDENT TEXTS AS ONE OF THE METHODS
OF LINGUO-CREATIVITY (BY THE MATERIAL
OF NEWSPAPER HEADLINES OF THE PRIMORSKY KRAI)**

Yuliya A. Pavlova

Senior Lecturer, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia, yuliya.pavlova.1970@mail.ru

Abstract. This article is devoted to the consideration of one of the methods for creating a linguo-creative title – the use of precedent text. The basis of the mechanism of linguistic creativity is the transformation of the original word, phrase or sentence, which allows the author to achieve semantic "conciseness", polysemy and at the same time achieve a certain pragmatic effect. The purpose of the article is to analyze the functioning of precedent texts on the previously undescribed material of newspaper headlines in Primorsky Krai, to present the types of precedent texts, to describe the ways of their transformation and to identify the functions of this linguistic creativity technique.

Key words: linguistic creativity, precedent text, title, newspaper article.

For citation: Pavlova Y.A. The use of precedent texts as one of the methods of linguo-creativity (by the material of newspaper headlines of the Primorsky krai) // Far Eastern Philological Journal. 2023. Т. 1, № 1. P. 65–68. (In Russ.)

Активные процессы в современном русском языке отражаются прежде всего в языке СМИ. Эту особенность языка СМИ в свое время отметил В. Г. Костомаров: «Явным отличием газетного языка служит то, что вследствие высокой и интенсивной воспроизводимости отдельных вырабатываемых средств языка он как раз не претендует на их закрепление и, напротив, императивно тяготеет к их непрерывному обновлению» [4, с. 257]. Но, какие бы изменения ни происходили, заголовок был, есть и будет той частью статьи, которая несёт важнейшую коммуникативную нагрузку. Важность необычного, «игрового» заголовка состоит в том, что вероятность его прочтения – более 90%, так как в интернет-изданиях читатели зачастую ориентируются только по названию и не видят полного текста статьи, пока не откроют её. Поэтому заголовок в современных СМИ должен быть не только информационно «ёмким», но и креативным. В условиях «синтаксического минимализма» заголовка именно креативность позволяет реализовать его рекламную функцию и продемонстрировать творческий характер работы над текстом.

Одним из ключевых механизмов, лежащих в основе лингвокреативности, является «модификация исходного слова, словосочетания или фразы для достижения автором определенной прагматической цели» [5, с. 80].

Из электронных версий газет Приморского края («Арсеньевские вести», «Владивосток», «Золотой Рог») в период с декабря 2015 года по ноябрь 2021 года методом сплошной выборки было собрано 836 заголовков, в которых представлены различные приёмы лингвокреативности: **фонетические** (рифмовка, каламбур), **лексические** (расширение сочетаемости слова, дефразеологизация, использование омонимии, антонимии и тропов) и **синтаксические** (инверсия и параллелизм). Заголовки с прецедентными текстами, на которых мы остановимся в данной статье, являются наиболее частотными в нашем материале – составляют 46 % (384 из 836) от общего числа заголовков.

По определению Ю.Н. Караулова, прецедентные тексты – это 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» [2, с. 216]. Какой-либо текст становится прецедентным, если он легко узнаётся большинством реципиентов.

Использование автором в своём тексте прецедентной фразы «порождает двуплановость или многоплановость, и, как следствие, способствует поэтизации текста и созданию поэтического намека, подтекста, рождению загадки, созданию иронического, саркастического, гротескного, трагического или иного звучания, способствует иерархизации смысла, – придает бытовой фразе смысл иносказания – политического, поэтического, философского или какого-либо иного, иногда просто рождает непритязательную шутку» [1, с. 563].

Особую роль играет прецедентный текст в газетном заголовке. По мнению Е.А. Земской, заголовки с прецедентными текстами «привлекают внимание читателя, ставят перед ним ряд вопросов: кто автор, как цитата связана с содержанием статьи и т.п.» [1, с. 563]. Важность описания прецедентных текстов в газетных заголовках связана с тем, что «они характеризуют

и менталитет автора-журналиста, и его уровень, а также психологию и коммуникативную компетенцию читателя-адресата» [1, с. 554].

Лингвисты, изучавшие использование прецедентных текстов в заголовках центральных российских газет в начале 2000-х годов (Земская Е.А., Ковшова Л.М.), отмечали, что ядром прецедентных текстов, используемых в публицистике, являются художественные тексты [3, с. 422]. Анализ же заголовков в газетах Приморского края середины 2010-х – начала 2020-х годов показал, что большую часть прецедентных текстов в них составляют тексты песен:

«Не нужен нам берег турецкий...» (Арсеньевские вести, 16.12.2015)

«Оранжевые птички оранжево поют» (Арсеньевские вести, 6.10.2017)

«В краю магнолий плещет море» (Владивосток, 5.05. 2017)

«Лето – это маленькая жизнь!» (Арсеньевские вести, 16.12.2015)

«Если завтра в поход» (Владивосток, 24.11.2021)

Значительно реже авторы используют в качестве заголовков названия кинофильмов и художественных произведений и цитаты из них:

«В бой идут одни «старики» (Владивосток, 22.08.2021)

«Горяченькая пошла...» (Владивосток, 20.08.2021)

«Паровозик из Ромашково доехал до Владивостока» (Владивосток, 11.08.2021).

Вышеприведённые примеры заголовков представляют собой нетрансформированные прецедентные тексты, то есть модификация исходной фразы, лежащая в основе лингвокреативности, в них отсутствует. Но двуплановость, многозначность заголовка автор создаёт в результате ассоциативной связи ситуации, представленной в статье, и ситуации из цитируемого текста. Творческое, поэтическое отношение к языковому оформлению заголовка позволяет, на наш взгляд, считать подобные примеры проявлением лингвокреативности.

Исследователи газетных заголовков в начале 2000-х годов отмечали преобладание трансформированных заголовков над нетрансформированными. [3, с. 422]. Среди заголовков газет Приморского края середины 2010-х – начала 2020-х годов также преобладают заголовки с трансформированными прецедентными текстами. Рассмотрим основные способы трансформации:

1. Замена одного слова в прецедентном тексте делает его легко узнаваемым:

«Людей по осени считают» (Владивосток, 20.08.2021).

В качестве заголовка статьи о переписи населения использована русская пословица «Цыплят по осени считают». Приведём ещё ряд примеров, где замена одного слова в прецедентном тексте связана с темой публикации.

«ОДН на всех, мы за ценой не постоим» (Золотой Рог, 10.05.2020) – статья о плате за общедомовые нужды (ОДН), отсылка к песне «Нам нужна одна Победа».

«Пожилым предоставляется общежитие» (Владивосток, 8.10.2021) – статья о решении жилищной проблемы, в заголовке – трансформированное название кинофильма «Одиноким предоставляется общежитие».

2. Замена двух и более слов в прецедентном тексте.

«Этот праздник с дождинками на зонтах» (Арсеньевские вести, 11.05.2016) – О праздновании Дня победы, отсылка к строчке из песни «День Победы».

«Любишь владеть – люби и налог платить» (Владивосток, 26.11.2021) – статья о сроках уплаты налога на имущество, в заголовке использована русская пословица «Любишь кататься – люби и саночки возить».

«Миллион, миллион, миллион нужных доз ...» (Владивосток, 26.11.2021) – статья о поставке в Приморский край необходимого количества доз вакцин, отсылка к песне «Миллион алых роз».

«Суета на «Хуторе» близ Заповедного: странное уголовное дело из глубинки» (Владивосток, 20.08. 2021). В заголовке использовано название произведения Н. В. Гоголя «Вечера на хуторе близ Диканьки».

Узнаваемость прецедентных текстов в тех случаях, когда от исходного текста остается неизменными одно-два слова, достигается, на наш взгляд, сохранением синтаксической структуры прецедентного феномена. Так, в заголовке «Минздрав уполномочен разъяснить» (Золотой Рог, 23.10.2020 – статья о рекомендациях Минздрава) автор использовал название кинофильма «ТАСС уполномочен заявить» и заменил два слова из трёх, но сохранил синтаксическую структуру исходного текста.

3. Более сложными для распознавания читателем являются такие заголовки, в которых креативное обыгрывание прецедентного текста строится на **замене одного из слов исходного текста однокоренным**. Так, в заголовке «Очевидцы рядом с невероятным» (Арсеньевские вести, 26.05.2016) в качестве исходного прецедентного текста взято название телепередачи «Очевидное – невероятное».

Итак, анализ заголовков газет Приморского края середины 2010-х – начала 2020-х годов показал, что использование трансформированных прецедентных текстов – самый частотный приём создания лингвокреативного названия. В качестве исходных авторы используют тексты песен, а также названия кинофильмов, художественных произведений и цитаты из них. Заголовки с трансформированными прецедентными текстами строятся на замене одного или нескольких слов при сохранении синтаксической структуры, что позволяет читателю «расшифровать» подтекст и многозначность названия. Двуплановость заголовка с нетрансформированным прецедентным текстом создаётся в результате ассоциативной связи темы статьи и темы прецедентного текста, что, на наш взгляд, позволяет считать такие факты проявлением креативности в языке.

Список литературы

1. Земская Е.А. Язык как деятельность: морфема, слово, речь. Москва: Языки славянской культуры, 2004. 681 с.
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. Москва: УРСС, 2004. 261 с.
3. Ковшова М.Л. Прецедентный текст в современном газетном заголовке как интеллектуальное развлечение // Логический анализ языка. Концептуальные поля игры: сб. статей / отв. ред. Н. Д. Арутюнова. Москва: Индрик, 2006. С. 421–428.
4. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. Москва: Изд-во МГУ, 1971. 265 с.
5. Шмелева Е.С. Когнитивные механизмы и прагматический потенциал лингвокреативности // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. Т. 18, № 3. С. 78–86.

Статья поступила в редакцию 05.11.2022; одобрена после рецензирования 22.11.2022; принята к публикации 11.01.2023.

The article was submitted 05.11.2022; approved after reviewing 22.11.2022; accepted for publication 11.01.2023.