

Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Уральский государственный педагогический университет»

*На правах рукописи*

**Зырянова Ирина Петровна**

**Прецедентные феномены в заголовках российской и британской прессы  
(2005–2009 гг.)**

10.02.20 – сравнительно-историческое,  
типологическое и сопоставительное языкознание

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Научный руководитель:

заслуженный деятель науки РФ,  
доктор филологических наук,  
профессор Чудинов А. П.

Екатеринбург – 2010

## Содержание

Введение.....	4
ГЛАВА 1. Теоретические основы сопоставительного исследования прецедентных феноменов в заголовках российской и британской прессы.....	14
1.1. Теория интертекстуальности и ее соотношение с теорией прецедентных феноменов на современном этапе развития лингвистики.....	14
1.1.1. Интертекстуальность как основная категория постмодернизма.....	14
1.1.2. Прецедентность как лингвокогнитивный феномен.....	25
1.2. Специфика газетно-журнального дискурса.....	34
1.2.1. Особенности газетно-журнального дискурса и его адресата.....	34
1.2.2. Заголовок как композиционный элемент газетной и журнальной публикации.....	46
1.2.3. Функционирование прецедентных феноменов в газетно-журнальном дискурсе.....	53
1.3. Методика сопоставительного исследования прецедентных феноменов в заголовках российской и британской прессы.....	60
Выводы по главе 1.....	69
ГЛАВА 2. Содержательно-семантические свойства прецедентных феноменов в заголовках российской и британской прессы.....	71
2.1. Классификация прецедентных феноменов в заголовках российской и британской прессы по отношению к сферам-источникам культурного знания..	71
2.1.1. Сферы-источники культурного знания в заголовках российской прессы..	72
2.1.2. Сферы-источники культурного знания в заголовках британской прессы..	90
2.2. Полипрецедентность в заголовках российской и британской прессы.....	107
2.2.1. Полипрецедентность в заголовках российской прессы.....	108
2.2.2. Полипрецедентность в заголовках британской прессы.....	112
2.3. Темпоральная классификация прецедентных феноменов в заголовках российской и британской прессы.....	116
2.3.1. Темпоральная классификация прецедентных феноменов в заголовках российской прессы.....	118
2.3.2. Темпоральная классификация прецедентных феноменов в заголовках британской прессы.....	127
2.4. Классификация прецедентных феноменов в заголовках российской и британской прессы по национально-культурным истокам.....	136
2.4.1. Классификация прецедентных феноменов по национально-культурным истокам в российской прессе.....	138
2.4.2. Классификация прецедентных феноменов по национально-культурным истокам в британской прессе.....	144
Выводы по главе 2.....	155
ГЛАВА 3. Прагматический потенциал прецедентных феноменов в заголовках российской и британской прессы.....	160
3.1. Способы введения прецедентного феномена в заголовки российской и британской прессы.....	161

3.1.1. Способы введения прецедентного феномена в заголовки российской прессы.....	165
3.1.2. Способы введения прецедентных феноменов в заголовки британской прессы.....	170
3.2. Прецедентный феномен в заголовке как способ актуализации содержания публикации в российской и британской прессе.....	175
3.2.1. Прецедентный феномен как способ актуализации содержания публикации в российской прессе.....	177
3.2.2. Прецедентный феномен как способ актуализации содержания публикации в британской прессе.....	183
3.3. Механизмы речевого воздействия посредством актуализации элементов когнитивной структуры прецедентных феноменов, находящихся в заголовках российской и британской прессы.....	188
3.3.1. Механизмы речевого воздействия посредством актуализации элементов когнитивной структуры прецедентных феноменов, находящихся в заголовках российской прессы.....	190
3.3.2. Механизмы речевого воздействия посредством актуализации элементов когнитивной структуры прецедентных феноменов, находящихся в заголовках британской прессы.....	197
Выводы по главе 3.....	206
Заключение.....	209
Библиография.....	214
Источники языкового материала.....	239

## Введение

Настоящее диссертационное исследование посвящено сопоставительному изучению содержательно-семантических, когнитивных свойств прецедентных феноменов (ПФ) и их прагматического потенциала в заголовках российской и британской прессы с 2005 по 2009 гг.

**Актуальность исследования** обусловлена высоким интересом в отечественной и зарубежной лингвистике к языку современной прессы: СМИ представляют собой не только источник информации, но и эффективный способ воздействия на массового адресата (О. В. Александрова 2002; А. Н. Богомолов 2002; В. В. Богуславская 2008; М. Н. Володина 2001, 2004, 2008; Т. Г. Добросклонская 2008; М. Р. Желтухина 2004; М. Е. Засорина 2009; Е. В. Какорина 2003; Н. И. Клушина 2004; И. М. Кобозева 2003; В. Г. Костомаров 1974; Е. С. Кубрякова 2004; И. С. Силантьев 2006; С. И. Сметанина 2002; Г. Я. Солганик 2003; Т. В. Чернышова 2007; J. Gardiner 2000; Goodman W. Neville / [http](http://); P. Lennon 2004; V. Ott 2000; D. Reah 1998 и др.).

Современной коммуникации свойственны глобализация и интеграция различных видов и способов вербального взаимодействия ее участников. Обращение к когнитивному аспекту коммуникации предполагает рассмотрение феномена прецедентности с точки зрения способности адресанта и адресата взаимодействовать между собой, оперируя культурно-значимой информацией, воплощенной в ПФ (Д. В. Багаева 1997; Н. С. Бирюкова 2005; Н. Д. Бурвикова 1997; Д. Б. Гудков 1997; О. А. Дмитриева 1999; Ю. Н. Караулов 1987; В. Г. Костомаров 1994; В. В. Красных 2003; С. Л. Кушнерук 2006; Е. В. Милосердова 2004; Е. А. Нахимова (2007); Т. Е. Постнова 2001; Е. Г. Ростова 1993; Г. Г. Слышкин 2000; Р. Л. Смулаковская 2004; А. П. Чудинов 2001, 2003; G. Agger 1999; D. Chandler / [http](http://) и др.).

В настоящей работе мы анализируем ПФ, зафиксированные в заголовках современной прессы. Обращение к газетно-журнальному дискурсу обусловлено рядом причин. Во-первых, данный вид дискурса является прежде всего персуазивным (Дж. Лакофф 1982): заголовок в СМИ, будучи интродуктивной частью новостного

дискурса (Дейк ван 1988), обладает не только суггестивной силой, но и несет на себе, по сравнению с другими компонентами новостной публикации, прагматическую и когнитивную нагрузку. Во-вторых, язык СМИ представляет собой обобщенный образ функционирующего на данный момент языка, национальный поток сознания современного человека (Ю. Н. Караулов 2001, Т. В. Чернышова 2007), своеобразный культурный «срез» общества (В. В. Богуславская 2008). Следовательно, анализ единиц, наделенных «культурно-значимой информацией» (Д. Б. Гудков 1997), открывает возможности для изучения особенностей национального сознания, отраженного в языке прессы, а также выявления механизмов воздействия посредством данных единиц.

Актуальность проблематики обусловила выбор объекта и предмета диссертационного исследования.

**Объект** – ПФ в заголовках современной российской и британской прессы.

**Предмет исследования** – содержательно-семантические, когнитивные свойства ПФ и их прагматический потенциал в заголовках российской и британской прессы в период с 2005 по 2009 гг.

**Цель диссертации** заключается в выявлении общих и специфических закономерностей использования ПФ в заголовках российской и британской прессы периода 2005–2009 гг.

Для достижения поставленной **цели** необходимо последовательное решение следующих задач:

1. Разработать методику комплексного анализа содержательно-семантических, когнитивных свойств ПФ и их прагматического потенциала в заголовках российской и британской прессы с 2005 по 2009 гг.

2. Выявить сферы-источники культурного знания, к которым относятся ПФ, зафиксированные в заголовках российских и британских публикаций.

3. Проанализировать полипрецедентные заголовки и определить сферы-источники культурного знания, контаминация которых составляет их основу, исследовать механизмы создания полипрецедентности в заголовках российской и британской прессы.

4. Определить временные периоды, к которым относятся ПФ, используемые в российской и британской прессе.

5. Сопоставить национально-культурные источники ПФ в заголовках российской и британской прессы.

6. Сравнить способы введения ПФ в заголовки российской и британской прессы.

7. Проанализировать ПФ, зафиксированные в заголовках российской и британской прессы, в их взаимосвязи со смысловыми элементами газетных / журнальных публикаций.

8. Выявить механизмы речевого воздействия посредством актуализации элементов когнитивной структуры ПФ, находящихся в заголовках российской и британской прессы.

**Материалом исследования** послужили газетные и журнальные тексты, опубликованные в высокотиражных общественно-политических российских и британских изданиях и размещенные на соответствующих официальных сайтах глобальной сети Интернет: «Аргументы и факты», «Российские вести», «Российская газета», «Известия», «Итоги», «Коммерсантъ Власть», «Новое время», «The Times», «The Sunday Times», «The Daily Telegraph», «The Independent», «The Economist», «The Forbes», «The Time», «The Guardian», «The BBC News». Всего проанализировано 2 745 ПФ, обнаруженных в заголовках российской и британской прессы (1 383 и 1 362 единицы соответственно) в период с 2005 по 2009 гг. Темпоральные рамки обусловлены стремлением вслед за другими исследователями (Э. М. Аникиной 2004, Н. С. Бирюковой 2005, О. С. Боярских 2008, Д. А. Качаевым 2007, Е. П. Черногрудовой 2003) изучить новейший газетно-журнальный дискурс.

**Методологическую базу** исследования составили основные положения *теории интертекстуальности* (Р. Барт 1994; М. М. Бахтин 1975, 1979; Г. Д. Денисова 2003; Ж. Деррида 2000; И. П. Ильин 1996, 1999; Г. К. Косиков 2000; Ю. Кристева 1995; Н. А. Кузьмина 2007; М. Пфистер 1985; Н. Пьеге-Гро 2008; В. П. Руднев 1997; А. Е. Супрун 1995; Н. А. Фатеева 2007; М. Фуко 1996; В. Е. Чернявская 2009; М. Б. Ямпольский 1993), *теории прецедентных феноменов* (Д. Б. Багаева 1997; Л. И. Гришаева 2007; Д. Б. Гудков 1997; М. Я. Дымарский

2004; И. В. Захаренко 1997; Ю. Н. Караулов 1987; В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвикова 1994, 2003; В. В. Красных 2003; С. Л. Кушнерук 2006; Е. А. Нахимова 2004, 2007; Г. Г. Слышкин 2000), *когнитивной теории* (А. Н. Баранов 1997; В. З. Демьянков 1994; Е. С. Кубрякова 2004; В. А. Маслова 2007; И. А. Стернин 2003; В. Н. Телия 1995; А. П. Чудинов 2001, 2003; G. Fauconnier, M. Turner 1998; G. Lakoff 1980, M. L. Minsky 1977; A. Wierzbicka 1992 и др.), *теории текста* (Н. С. Валгина 2003; И. Р. Гальперин 1981; Н. А. Кожина 1986; В. А. Лукин 1999; Л. М. Майданова 1987; А. С. Попов 1966), *теории дискурса* (Н. Д. Арутюнова 1998; В. Г. Борботько 2009; В. И. Карасик 2000, 2004; Ю. Н. Караулов 1989; М. Л. Макаров 2003; Ю. Е. Прохоров 2003; К. Ф. Седов 2004; Ю. С. Степанов 1995; Ц. Тодоров 1983; Е. И. Шейгал 2004; E. Benveniste 1966, 1970; Z. S. Harris 1969; E. Helgorsky 1982), *дискурса СМИ* в частности (О. В. Александрова 2002; А. Н. Богомолов 2002; В. В. Богуславская 2008; М. Н. Володина 2001, 2004, 2008; Т. Г. Добросклонская 2008; М. Р. Желтухина 2004; Е. В. Какорина 2003; Н. И. Клушина 2004; И. М. Кобозева 2003; Е. С. Кубрякова 2004; Э. А. Лазарева 1989, 2004; И. П. Лысакова 1989; Л. М. Майданова 2006; И. С. Силантьев 2006; С. И. Сметанина 2002; Г. Я. Солганик 2003; Т. В. Чернышова 2007; G. Agger 1999; J. Gardiner 2000; W. Goodman / <http>; P. Lennon 2004; B. Ott; W. Cameron 2000; M. Westergren-Axelsson 1998; E. Xekalakis 1999).

Для решения поставленных задач в работе применялся комплекс **методов**, что обусловлено многоаспектностью проводимого исследования. Отбор и анализ ПФ осуществлялся *методом сплошной выборки, статистической и типологической обработки полученных данных*. При интерпретации результатов применялись *сопоставительный и описательный методы*, осуществляемые посредством поэтапного выявления сходств и различий в закономерностях использования ПФ в заголовках российской и британской прессы с учетом своеобразия соответствующих языков и культур. При анализе полученных данных использовались *метод дискурсивного анализа и когнитивное моделирование*, также оказались востребованными элементы *контекстуального анализа*, а также общенаучные методы *обобщения и сопоставления*. В интересах исследования привлекались не только лингвистические, но и *обще-*

*филологические и лингвокультурологические данные*, необходимые для выявления национальных особенностей анализируемого материала.

**Теоретическая значимость** работы определяется тем, что предложена классификация газетных / журнальных заголовков, в зависимости от функции ПФ: актуализация темы публикации, ее тезиса, вывода автора или иллюстрации / фона к материалам сообщения. Выделены следующие способы воздействия ПФ на адресата: а) апелляция к глубинному значению прецедентного высказывания (ПВ) в целях подтверждения своих суждений авторитетом иного лица; б) нивелирование глубинного значения ПВ, его замена на поверхностное; в) использование системного смысла ПВ для подачи материала публикации сквозь призму прецедентной ситуации (ПС) и связанных с ней коннотаций с целью создания контраста или подобия; г) актуализация дифференциальных признаков прецедентного имени (ПИ) с целью сравнения, уподобления, переноса актуализируемого признака на героя публикации.

**Научная новизна** диссертации заключается в том, что настоящее исследование посвящено комплексному сопоставительному изучению ПФ в заголовках российской и британской прессы, в результате чего выявлены общие и специфические особенности использования указанных единиц в печатных СМИ России и Великобритании. В частности, создана и представлена в сопоставительном аспекте типология сфер-источников ПФ, обнаруженных в заголовках российской и британской прессы. Определены национально-культурные истоки исследуемых единиц, а также временные периоды, в которые создавались явления и события отечественного и иностранного происхождения, ставшие прецедентными и используемые в современном газетно-журнальном дискурсе.. Выявлены способы введения ПФ в заголовки российской и британской прессы. Обнаружена взаимосвязь ПФ в заголовках российской и британской прессы со смысловыми элементами публикации. Доказано, что адресант при выражении опорной мысли, выносившей в позицию заголовка, апеллирует к культурной памяти данного лингвокультурного общества, что позволяет транслировать излагаемый материал в определенном русле путем актуализации глубинного, системного смысла ПВ, а также дифференциальных признаков ПИ, что запускает механизмы сравнения, со-



поставления, переноса признаков и моделирования определенного восприятия материала, излагаемого в публикации.

**Практическая значимость** исследования заключается в возможности использования полученных результатов в лексикографической практике (в частности, при подготовке специального словаря «Прецедентные феномены в современных средствах массовой информации» и других лингвокультурологических изданий подобного рода). Материалы исследования могут быть применены в практике преподавания вузовских курсов по межкультурной коммуникации, лингвокультурологии, стилистике, риторике, когнитивной лингвистике, а также при написании студенческих исследовательских работ. Материалы диссертации могут быть полезны в преподавании русского языка как иностранного, поскольку знание механизмов функционирования исследуемых единиц необходимо для адекватного восприятия и понимания реальной речевой коммуникации. Отдельные положения работы также представляют интерес для специалистов в сфере журналистики, в частности, помогут учесть прагматический потенциал ПФ при составлении заголовков.

**Апробация материалов исследования.** Материалы диссертации обсуждались на заседании кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета, а также на кафедре английского и французского языков Нижнетагильской государственной социально-педагогической академии. Основные положения излагались автором на региональных, всероссийских и международных конференциях в Екатеринбурге (2007, 2008), Нижнем Тагиле (2008), Красноярске (2009), Великом Новгороде (2009), Москве (2009). По теме диссертации опубликовано 10 научных работ.

**В издании, включенном в реестр ВАК МОиН РФ:**

1. Зырянова, И. П. Прагматический потенциал прецедентных феноменов в заголовках британской прессы // Известия Уральского государственного университета. Серия 1. Вопросы образования, науки и культуры. – 2010. – № 1 (71). – С. 73–78.

**В сборниках научных трудов и материалах научно-практических конференций:**

2. Зырянова, И. П. Сопоставительный анализ прецедентных феноменов в заголовках СМИ / И. П. Зырянова // Актуальные проблемы лингвистики: Уральские

лингвистические чтения – 2007: материалы ежегодной научной конференции, Екатеринбург, 1–2 февраля 2007 года. – Екатеринбург : ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т»; Урал. изд-во, 2007. – С. 81–82.

3. Зырянова, И. П. Прецедентность в заголовках российской и британской прессы / И. П. Зырянова // Система и среда: Язык. Человек. Общество. Материалы Всероссийской научной конференции, Нижний Тагил, 19–20.04.07. – Нижний Тагил : Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, 2008. – С. 178–184.

4. Зырянова, И. П. Выразительность газетного заголовка, содержащего прецедентный феномен / И. П. Зырянова // Актуальные проблемы лингвистики: Уральские лингвистические чтения – 2008: материалы ежегодной научной конференции, Екатеринбург, 1–2 февраля 2008 года. – Екатеринбург : ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т»; Урал. изд-во, 2008. – С. 43–44.

5. Зырянова И. П. Полипрецедентность в заголовках российских СМИ / И. П. Зырянова // Политическая лингвистика. Вып. (2) 25'2008 / гл. ред. А. П. Чудинов. – Екатеринбург : ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т»; Урал. изд-во, 2008. – С. 126–129.

6. Зырянова, И. П. Функции прецедентных феноменов в заголовках британских печатных СМИ / И. П. Зырянова // *Lingua Mobilis*. Вып. 5 (14) 2008. – Челябинск : ГОУВПО «Челябинский государственный университет»; Вузовская академическая лаборатория межкультурных коммуникаций, 2008. – С. 140–145.

7. Зырянова, И. П. Функции прецедентных феноменов в заголовках российских печатных СМИ / И. П. Зырянова // Научное творчество XXI века – 2009: материалы ежегодной Всероссийской научной Интернет-конференции учащихся, студентов и молодых ученых, Красноярск, февраль 2009 г. – С. 131–133.

8. Зырянова, И. П. Реконструкция образов адресатов российской и британской прессы (на основе анализа прецедентных феноменов в заголовках статей) / И. П. Зырянова // Язык и межкультурная коммуникация: материалы Международной науч.-практ. конференции, Великий Новгород, 19–20 ноября 2009 г. /отв.ред. О. А. Александрова, О. С. Макарова. – НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2009. – С. 161–166.

9. Зырянова, И. П. Полипрецедентные модели заголовков в британской прессе // *Lingua Mobilis*. Вып. 5 (19) 2009. – Челябинск : ГОУВПО «Челябинский государственный университет»; Вузовская академическая лаборатория межкультурных коммуникаций, 2009. – С. 147–152.

10. Зырянова, И. П. Россия как национально-культурный источник прецедентности в заголовках британской прессы / И. П. Зырянова // *Политическая коммуникация: материалы Всероссийской научной школы для молодежи*, Екатеринбург, 25 августа–8 октября 2009 г. / Урал. гос. пед. ун-т / гл. ред. А. П. Чудинов–Екатеринбург : ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т»; Урал. изд-во, 2009. – С. 38–40.

На защиту выносятся следующие **положения** диссертационного исследования:

1. ПФ в заголовках российской и британской прессы отражают ценностные ориентиры и приоритеты исследуемых национальных лингвокультурных обществ, а также фоновые знания их представителей на данной ступени исторического развития.

2. Явление полипрецедентности служит ярким способом активизации фоновых знаний адресата и отражает постоянный процесс контаминации различных областей культуры в порождении новых текстов. В заголовках исследуемого типа указанный феномен представлен двумя моделями. Наиболее активными сферами-акцепторами в российском и британском газетно-журнальном дискурсе стали составляющие массовой культуры: «Киноискусство», «Музыка», «Мультфильмы», «Комиксы».

3. Апелляции к ПФ в заголовках российской и британской прессы диктуются темпоральными особенностями исследуемого корпуса прецедентных единиц, а также национально-культурной спецификой, что проявляется в приоритетном использовании феноменов, относящихся к отечественной культуре. Среди зарубежных источников прецедентности выделяется культура США. Обращения к феноменам иного иностранного происхождения обусловлены культурными, историческими и современными политическими факторами.

4. Для заголовков российской и британской прессы характерно использование ПФ в трансформированном виде, что свидетельствует о «карнавализации» языка, нацеленности на языковую игру, а также о тенденции к самовыражению автора

при создании заголовка. Адаптация ПФ к материалу публикации осуществляется посредством лексических, грамматических, синтаксических, графических изменений, а также контаминации и комбинации указанных выше способов.

5. ПФ в заголовках российской и британской прессы актуализируют следующие смысловые элементы публикации: тему сообщения, один из тезисов, вывод автора, фон / иллюстрацию к излагаемому материалу.

6. Исследуемые единицы всегда имеют экспрессивно-оценочную нагрузку, на фоне которой реализуются (в зависимости от прагматической установки автора) информативная, моделирующая, контрастивная, интригующая, персуазивная функции, а также функция создания юмористического эффекта.

7. ПФ в заголовке является способом воздействия, основанном на моделировании фоновых знаний реципиента. Данный механизм запускается посредством актуализации элементов когнитивной структуры прецедентного феномена с их последующим развертыванием в материале газетной / журнальной публикации.

**Композиция** диссертации отражает ключевые этапы и логику развития исследования. Настоящая работа состоит из введения, трех глав, заключения, а также списка литературы и источников языкового материала.

**Во Введении** обосновывается актуальность поставленной проблемы; раскрывается научная новизна диссертации; определяются материал, объект, предмет и методы исследования; обозначается его цель и сопутствующие задачи; обсуждается теоретическая и практическая значимость проводимого исследования; приводятся сведения об апробации работы, а также формулируются положения, выносимые на защиту.

**В первой главе** представлена исходная теоретическая база для сопоставительного изучения ПФ, используемых в заголовках российской и британской прессы. Освещаются существующие в отечественной и зарубежной литературе научные подходы к изучению интертекстуальности, определяется роль лингвокогнитивного подхода к исследованию феномена; подчеркивается особый статус ПФ как дискурсивных единиц-трансляторов культурно-значимой информации, манифестирующих интертекстуальные связи. Исследуются особенности газетно-журнального дискурса и его адресата, а также соотношение заголовка и последующего текста в контексте

общей теории текста. Предлагается методика комплексного изучения ПФ, зафиксированных в заголовках российской и британской прессы.

**Во второй главе** анализируются содержательно-семантические свойства ПФ, зафиксированных в заголовках печатных СМИ России и Великобритании. ПФ классифицируются по генетическому признаку на основе последовательного выделения типов указанных единиц по отношению к сферам-источникам культурного знания, национально-культурным истокам, по времени вхождения в корпус ПФ исследуемых лингвокультурных обществ.

**Третья глава** посвящена исследованию прагматического потенциала и когнитивных свойств ПФ в заголовках российской и британской прессы. Классифицируются и анализируются способы введения данных единиц в заголовки. ПФ анализируются во взаимосвязи со смысловыми элементами публикации. Выявляются механизмы речевого воздействия посредством актуализации элементов когнитивной структуры ПФ, находящихся в заголовках российской и британской прессы, в материале публикаций.

**В Заключении** подводятся итоги исследования и намечаются перспективы дальнейшей работы, связанной с изучением других аспектов заявленной проблемы.

## **ГЛАВА 1. Теоретические основы сопоставительного исследования прецедентных феноменов в заголовках российской и британской прессы**

В первой главе представлено теоретическое осмысление понятий, исследуемых в работе, рассмотрены различные аспекты обозначенной проблемы, сформулированы основные теоретические положения, послужившие базой данного исследования. В этой связи в данной главе ставятся следующие задачи:

- осмыслить подходы отечественных и зарубежных специалистов к интерпретации феномена интертекстуальности как категории постмодернизма;
- обозначить место ПФ в теории интертекстуальности и определить понятийно-терминологический аппарат при исследовании ПФ в заголовках прессы;
- выявить специфику газетно-журнального дискурса и его адресата;
- проанализировать заголовки как обязательный композиционный элемент газетной / журнальной публикации;
- определить функции ПФ в газетно-журнальном дискурсе;
- сопоставить методики, используемые при изучении феноменов интертекстуальности / прецедентности в различных дискурсах, и представить методику сопоставительного исследования ПФ в заголовках российской и британской прессы, применяемую в настоящем исследовании.

Последовательное решение поставленных задач поможет выявить наиболее перспективные направления в изучении ПФ в газетно-журнальном дискурсе, что позволит применить накопленный эмпирический опыт при сопоставительном исследовании указанных единиц в заголовках российской и британской прессы.

### **1.1. Теория интертекстуальности и ее соотношение с теорией прецедентных феноменов на современном этапе развития лингвистики**

#### **1.1.1. Интертекстуальность как основная категория постмодернизма**

Феномен интертекстуальности сегодня находится в фокусе философского, культурологического, филологического интереса в силу существования особого постмодернистского типа мышления, отличающегося специфическим способом миро-

восприятия, мироощущения и оценки познавательных возможностей человека, его места и роли в окружающем мире (К. Батлер, В. Вельш, Ч. Дженкс, Д. Лодж, Д. Фоккема).

Считается, что впервые термин *постмодернизм* появился в книге Р. Паннвица «Кризис европейской культуры» (1917 г.), но по-настоящему он входит в научный обиход и наполняется современным содержанием уже во второй половине XX века. В 1947 году выходит книга А. Тойнби «Постижение истории», в которой автор придает термину культурологический смысл, обозначив им процесс, происходящий в западной культуре, в западном миропонимании. В. Л. Мансурова отмечает, что позднее в трудах других западных теоретиков (Ж. Бодрийара, Ж. Делеза, Ф. Гваттари, У. Эко, А. Крокера, Д. Кука) культура постмодерна получила такие определения, как гетерогенность, легитимность существования разнообразных точек зрения на одни и те же явления, при этом в качестве основания для создания образов реальности провозглашались фрагментарность, децентрация, контекстуальность, ирония, симуляция. Знаковой моделью этого метода становится *симулякр* – «набор образов» действительности, свободный для интерпретации, что в свою очередь позволяет разрешить противоречие между «высокой» и «низкой», коммерческой культурой, создав новый тип текстов, унифицированных способом и формой подачи материала. Транслируя симулякры постмодерна, СМИ не могли избежать экспансии его методов и средств выразительности [Мансурова 2002: 118–119]. Для постмодернизма как современного типа философствования существенными являются две установки: первая – «отказ от презумпции возможности построения единой и системной концептуальной картины мира – как в понятийном пространстве философии, так и в понятийном пространстве любой другой мыслительной системы (наука, теология, этика и др.); вторая – установка на восприятие мира как хаоса» [Всемирная энциклопедия 2001 : 808–812]. Однако такое восприятие мира не представляется трагичным, что свойственно модернизму. Постмодернизм противопоставляет трагедии иронию: «В эпоху постмодерна ничего не живо, и уж тем более не свято» [Руднев 1997 : 163].

Для понимания методологии постмодернизма важно осмыслить его критику логоцентризма. Этот термин был введен для обозначения идеи о наличии некоего

упорядочивающего центра, создающего структуры и ими управляющего. По мнению Ж. Деррида, представление об онтологическом и аксиологическом центре, называемом по-разному в западноевропейской метафизике (Абсолют, Логос, Истина, Бог, Субстанция, Сущность, Я, Мировой дух и пр.), лежит в основании философского монизма, согласно которому все многообразие мира должно выводиться из одного основания, одного первопринципа (см. Косиков 2000). Такая «центрированная структура» запрещает, по мнению Ж. Деррида, «пермутацию, или трансформацию, элементов» [Деррида 2000 : 408]. Поэтому одной из задач постструктуралистской философии становится освобождение от власти такого центра, от власти Абсолюта, то есть децентрация.

И. П. Ильин, анализируя феномен постмодернизма, подчеркивает его родство с постструктурализмом и деконструктивизмом. Синтезировав теорию первого и практику литературно-критического анализа второго, а также художественную практику современного искусства, постмодернизм объясняет это «как новое видение мира». Теоретики постструктурализма (А.-Ж. Греймас, Р. Барт, Ж. Лакан, М. Фуко, Ж. Деррида) отождествляют сознание человека с письменным текстом как единственным более или менее достоверным способом его фиксации. В постмодернистской системе отсчета текст существует в силу включенности в перманентный процесс смыслообмена с широкой культурной средой. Это дает основание для оценки постмодернистского стиля мышления как «цитатного мышления», а постмодернистских текстов как «цитатной литературы» (Б. Морриссетт). Исходя из этого можно говорить, считает И. П. Ильин, о существовании постструктуралистско-деконструктивистско-постмодернистского комплекса общих представлений и установок, что и привело к тому, что в новейших исследованиях постструктурализм и постмодернизм характеризуются как синонимические понятия [цит. по : Нестерова 2005 : 45].

Как отмечает В. П. Руднев, постмодернизм был первым и последним философским направлением ушедшего века, которое «открыто призналось в том, что текст не отображает реальность, а творит новую реальность, вернее даже, много реальностей, часто вовсе не зависимых друг от друга» [Руднев 1997 : 163]. Как текст рассматриваются литература, общество, история, сам человек. Положение о том,



что история и общество могут быть «прочитаны» как текст, приводит к восприятию человеческой культуры как единого «интертекста», который, в свою очередь, служит предтекстом любого вновь появляющегося текста [Ильин 1999 : 205]. В основе способа представления содержания культурных традиций лежит понятие *интертекстуальности*, «артикулирующее феномен взаимодействия текста с семиотической культурной средой в качестве интериоризации внешнего» [Можейко 2001 : 333]. Сегодня можно говорить о двух ипостасях интертекстуальности, о двух сторонах этой проблемы. С одной стороны, интертекст – фактологическое понятие и явление, которое занимает умы многих филологов и без которого не существует сам мир текстов, с другой – это метод герменевтического (через текст) анализа лингвокультурного (термин, который предлагается Г. Д. Денисовой вместо «языкового») сознания индивидуума (автора, читателя, наблюдателя) [Денисова 2003 : 9].

Термин *интертекстуальность* был предложен в 1967 году теоретиком постструктурализма Ю. Кристевой на основе переосмысления идеи «диалога», сформулированной М. М. Бахтиным в книге «Проблема содержания, материала и формы в словесном художественном творчестве» (1924). По мысли М. М. Бахтина, «автор художественного произведения имеет дело не с действительностью вообще, но с уже оцененной и оформленной действительностью, причем в акте творчества «преднаходимым» является не только содержание, но и форма» [цит по : Кузьмина 1999 : 11]. М. М. Бахтин высказывает предположение, что «одноголосое» слово является «негодным для подлинно творчества» и «всякий подлинно творческий голос может быть только вторым голосом в слове» [Бахтин 1979 : 289]. Отсюда уже лишь шаг до постструктуралистских утверждений о том, что каждый текст – это новая ткань, сотканная из старых цитат, и «нет текста, кроме интертекста» (Шарль Гривель), но именно этот шаг М. М. Бахтин и не делает: важнейшей категорией его эстетики является Автор [Кузьмина 2007 : 12]. Ю. Кристева рассматривает идею «диалога» как первооснову литературы и использует термин для обозначения общего свойства текстов, которое выражается в наличии «структурных связей между двумя или более текстами» (*structural relations between two or more texts*) [D. Chandler / [http; M. Landwehr](http://M.Landwehr.com) 2002]. Литературные теоретики считают интертекстуальность неотъемлемым свойством любого текста, формирующего собственный

смысл через имплицитные или эксплицитные ссылки на другие тексты: «All texts are inherently intertextual, explicitly or implicitly referring to and getting part of their meaning from other texts» [Bloom & King Dail 1997 : 610–617].

Нельзя не отметить, что, хотя понятие «интертекст» связывают с именем Ю. Кристевой, а интертекстуальность называют «the very trademark of postmodernism» и даже часто постмодернизм и интертекстуальность рассматривают как синонимы, истоки теории интертекстуальности нужно искать в «глубине веков» [Нестерова 2005 : 81]. В определенные эпохи интертекстуальность практиковалось с особым усердием. Так, Ренессанс, а затем и классицизм превратили подражание древним в движущую силу творчества [Пьеге-Гро 2008 : 49]. Кроме полифонического литературоведения М. М. Бахтина, в числе других источников теории интертекстуальности отечественные лингвисты называют теорию анаграмм Ф. де Соссюра, работы Ю. Н. Тынянова о пародии, «историческую поэтику» А. Н. Веселовского. Так, в статье об анаграммах Ф. де Соссюр показал, что древнейшие сакральные индийские тексты – гимны «Ригведы» – зашифровывали в своих словосочетаниях ключевые слова, чаще всего имена богов, обычно не называемых. Другие слова текста подбирались таким образом, чтобы в них с определенной закономерностью повторялись звуки ключевого слова: «Порядок элементов организует в анаграммах не столько линейность, сколько некую вертикаль, выход на иной текст, интертекстуальность» [Ямпольский 1993 : 38]. Ю. Н. Тынянов видел в пародии фундаментальный принцип обновления художественных систем, основанный на трансформации предшествующих текстов. Согласно автору, смысл пародии возникает при ее соотнесении с предшествующей традицией, которая обязательно включается в чтение пародического текста. А. Н. Веселовский пишет о работе фантазии, подчеркивая, что она не создает свои образы из ничего, а воспроизводит их из глубины памяти, «памяти о личном прошлом, либо об образах, созданных фантазией других поэтов» [цит. по : Кузьмина 1999 : 9]. Исследователь считает, что «всякий поэт вступает в область готового поэтического слова, он связан интересом с известным сюжетом, он входит в колею поэтической моды. Чтобы определить степень его личного почина, мы должны проследить наперед историю того, чем он орудует в своем творчестве» [Веселовский 1989 : 17]. Схожего мнения придержи-

ется и Л. С. Выготский, который в «Психологии искусства» утверждал, что «писатель, закрепляющий продукт своего творчества, отнюдь не является индивидуальным творцом своего произведения» [Выготский 1986 : 28].

Н. С. Бирюкова считает, что основой зарождения теории интертекстуальности может являться также отечественная теория текста и контекста, согласно которой разграничиваются горизонтальный контекст (в пределах данного текста) и вертикальный, охватывающий широкий культурный фон (И. В. Арнольд, О. С. Гюббенет, Л. А. Машкова и др.).

Возникновение же соответствующего термина и целой теории именно во второй половине XX века связано, как отмечает О. С. Боярских, с одной стороны, со значительно возросшей доступностью произведений искусства, массовым образованием, развитием средств массовой коммуникации и распространением массовой культуры [Интертекстуальность / http], а с другой – со стремлением изучать динамику культур, их диалогичность и шире – со стремлением определить мироощущение современного человека [Денисова 2003 : 16].

Первостепенную важность в разработке данного понятия имеют работы французских постструктуралистов. Каноническая формулировка понятий «интертекст» и «интертекстуальность» принадлежит Ролану Барту: «Каждый текст является интертекстом; другие тексты присутствуют в нем на различных уровнях в более или менее узнаваемых формах: тексты предшествующей культуры и тексты окружающей культуры. Каждый текст представляет собой новую ткань, сотканную из старых цитат. Обрывки культурных кодов, формул, ритмических структур, фрагменты социальных идиом и т. д. – все они поглощены текстом и перемешаны в нем, поскольку всегда до текста и вокруг него существует язык» [Барт 1989 : 418]. Так, Автор-Творец Бахтина уступает место скриптору Барта – «вечному переписчику», который может лишь «вечно подражать тому, что написано прежде и само писалось не впервые» [Барт 1989 : 388]. Таким образом, философия постмодернизма приходит к важнейшему теоретическому постулату о смерти автора – безличной продуктивности художественного текста [Кузьмина 1999 : 13]. Текст превращается в «эхо-камеру» (Р. Барт), «ансамбль пресуппозиций» (М. Риффатер), «палимпсест» (Ж. Женетт), «мозаику цитат» (Ю. Кристева), где каждое новое высказывание пи-

шется поверх предыдущих.

Необходимо отметить, что сам термин «интертекстуальность» не имеет общепринятой трактовки. Его первое определение как *свойства любого текста вступать в диалог с другими текстами*, принадлежащее школе Р. Барта – Ю. Кристевой, является, как отмечает Н. А. Кузьмина, слишком широким и «может быть лишь философской основой для более конкретных и потому более пригодных для целей лингвистического анализа определений» [Кузьмина 2007 : 19]. Кроме того, его содержание существенно варьируется в зависимости от теоретических и философско-методологических предпосылок, которыми руководствуется каждый ученый, однако объединяет всех полемическая направленность против выдвинутого структурализмом принципа конструктивного единства и упорядоченности как конечного идеального состояния, к которому моделирующая мысль стремится сквозь хаос эмпирического бытия [Гаспаров 1996 : 32].

Н. А. Фатеева представляет интертекстуальность как механизм метаязыковой рефлексии, позволяющий автору определить способ генезиса собственного текста, а читателю – углубить понимание за счет установления многомерных связей с другими текстами [Фатеева 1997 : 12].

Г. В. Денисова, рассматривая феномен интертекстуальности, говорит о следующих подходах в его понимании: 1) теория, понимающая интертекстуальность как результат активного взаимодействия разных лингвокультурных кодов (Ю. Кристева, Р. Барт); 2) теория, рассматривающая «смысл» текста в традициях герменевтики как взаимоотношение «текст – читатель» (М. Риффатерр); 3) теория литературы, в которой история литературы видится как результат отношения между отдельными произведениями и системой литературных жанров (Ж. Женетт) [Денисова 2003 : 31].

В. Е. Чернявская выявляет две модели существования данного феномена: литературоведческая (радикальная / широкая) и лингвистическая (узкая) теории интертекста. В соответствии с ними интертекстуальность рассматривается либо как универсальное свойство текста вообще, то есть предполагает понимание всякого текста как интертекста (Ю. М. Лотман, И. П. Смирнов, Б. М. Гаспаров, П. Х. Тороп, R. Bart, Ch. Grivel, M. Riffaterre, и др.); либо как специфическое качество опреде-

ленных текстов (И. В. Арнольд, В. Дресслер, Р.-А. де Богранд, К. Штирле, Jesse Helmer и др.) [Чернявская 2009 : 180]. Так, например, в рамках первой модели И. П. Смирнов рассматривает интертекстуальность как способность текста полностью или частично формировать свой смысл посредством ссылки на другие тексты [Смирнов 1985 : 12]. Л. Дэлленбах и П. Ван ден Хевель определяют интертекстуальность как взаимодействие внутритекстовых дискурсов: дискурса повествователя с дискурсом персонажей, одного персонажа с другим и т.д. [Ильин 1999 : 208]. Р.-А. де Богранд и В. У. Дресслер во «Введении в лингвистику текста» (1981) рассматривают интертекстуальность как «взаимозависимость между порождением или рецепцией одного данного текста и знанием участника коммуникации других текстов» [цит. по : Ильин 1996 : 227]. Они выводят из понятия самой «текстуальности» необходимость «изучения влияния интертекстуальности как средства контроля коммуникативной деятельности в целом» [Там же]. Следовательно, текстуальность и интертекстуальность понимаются как взаимообуславливающие феномены, что ведет в конечном счете к уничтожению понятия «текст» как четко выявляемой автономной данности, остается только интертекст. Замена понятия «текст» на понятие «интертекст» свидетельствует о том, что все элементы, составляющие текстовый континуум, связаны между собой внутренними межтекстовыми отношениями, разорвать которые не представляется возможным. Не случайно вопрос такого рода взаимодействия текстов один из самых «притягательных» для исследователей, творящих в рамках «узкого» (термин В. Е. Чернявской) подхода к интертекстуальности.

Одной из классификаций межтекстовых связей является пятичленная классификация, которую предлагает французский ученый Ж. Женетт в известной работе «Палимпсесты: Литература во второй степени» (1982). Для исследователя интертекстуальность – не первоэлемент литературы, а всего лишь один из типов взаимозависимостей, в ней существующих. Именно *транстекстуальностью* обозначает Ж. Женетт обобщенный класс, к которому относится все, что превышает данный конкретный текст, подключая его к литературе в целом [цит по : Пьеге-Гро 2008 : 54]. Транстекстуальность объединяет в себе пять типов межтекстовых связей: 1) *интертекстуальность* как сопричастие в одном тексте двух или более текстов (цитата, аллюзия, плагиат и т. д.); 2) *паратекстуальность* как отношение текста к

своему заглавию, послесловию, эпиграфу и т. д.; 3) *метатекстуальность* как комментирующая и часто критическая ссылка на свой предтекст; 4) *гипертекстуальность* как осмеяние и пародирование одним текстом другого (гипотекста, то есть текста, на котором он основан); 5) *архитекстуальность*, понимаемая как жанровая связь текстов [Там же]. Эти основные классы интертекстуальности Ж. Женетт делит затем на многочисленные подклассы и типы и прослеживает их взаимосвязи.

Предлагаемая ученым классификация интертекстуальных («транстекстуальных» в терминологии автора) связей представляется достаточно полной, но отражает главным образом идеальные случаи их тематизации. Н. А. Фатеева, взяв за основу типологию интертекстуальных связей французского исследователя, разрабатывает собственную классификацию (Фатеева 1998, 2007). При анализе конкретных проявлений интертекстуальных связей внутри художественного текста Н. А. Фатеева выделяет следующие их виды: цитаты с атрибуцией, цитаты без атрибуции, аллюзии с атрибуцией, неатрибутированные аллюзии, центонные тексты – и на примерах показывает, каким именно образом каждый из выделенных типов проявляется в тексте в чистом виде и в трансформациях. Во-первых, рассматривая неатрибутированные аллюзии, исследователь выделяет их особый тип – именную аллюзию, которая понимается как реминисценция, то есть отсылка не к тексту, а к событию из жизни другого автора, которое, безусловно, узнаваемо [Фатеева 2007 : 133]. Во-вторых, среди малоизученных типов межтекстовых отношений выделяются поэтика даты, топографическая поэтика, поэтика имени героя и автора, поэтика цвета и растения [Фатеева 2007 : 262].

Для обозначения «осознанных vs. неосознанных, точных vs. преобразованных цитат или иного рода отсылок к более или менее известным ранее произведенным текстам в составе более позднего текста» А. Е. Супрун предлагает термин «текстовая реминисценция» [Супрун 1995 : 17]. Данное понятие объединяет широкий круг разных по своей природе явлений: цитаты (от целых фрагментов до отдельных словосочетаний); «крылатые слова»; отдельные, определенным образом окрашенные слова, включая индивидуальные неологизмы, имена персонажей, названия произведений, имена их авторов; особые коннотации слов и выражений;

прямые или косвенные напоминания о ситуациях, среди которых могут быть и топонимы [Супрун 1995 : 17, 20].

Н. Пьеге-Гро вслед за Ж. Женетт различает два типа межтекстовых связей: связи, основанные на отношении соприсутствия двух или нескольких текстов (Женетт этими связями ограничивает понятие интертекстуальности), и связи, основанные на отношении производности. Автор противопоставляет имплицитные (плагиат, аллюзия) и эксплицитные связи (цитата, референция). Два текста могут находиться между собой в отношении деривации, двумя основными типами последней являются пародия и стилизация. В основе первой лежит трансформация, в основе второй – имитация «гипотекста» (Пьеге-Гро 2008).

В свою очередь Г. В. Денисова предлагает добавить в приведенную выше классификацию Ж. Женетт еще два типа интертекста: «интертексты-стереотипы» и «цитаты из "языка жизни"» (Денисова 2003).

Аналогичную задачу – выявить конкретные формы литературной интертекстуальности (заимствование и переработка тем и сюжетов, явная и скрытая цитация, перевод, плагиат, аллюзия, парафраза, подражание, пародия, инсценировка, экранизация, использование эпиграфов и т. д.) – поставили перед собой авторы сборника «Интертекстуальность: Формы и функции» (1985) немецкие исследователи У. Бройх, М. Пфистер и Б. Шульте-Мидделих. Их интересовала также проблема функционального значения интертекстуальности: с какой целью, для достижения какого эффекта писатели обращаются к произведениям своих современников и предшественников. Таким образом, авторы сборника противопоставили интертекстуальность как литературный прием, сознательно используемый писателями, постструктуралистскому ее пониманию как фактора своеобразного коллективного бессознательного, определяющего деятельность художника вне зависимости от его воли и желания (Pfister 1985). По мнению других исследователей, также работающих в рамках данного подхода, интертекстуальность есть «включение в текст целых других текстов с иным субъектом речи либо их фрагментов в виде цитат, реминисценций и аллюзий» [Арнольд 1999 : 351]; «маркированная определенными языковыми сигналами «перекличка» текстов, их диалог» [Кузьмина 2007 : 20].

Проведенный обзор не является исчерпывающим, но позволяет сделать вы-

вод о том, что, несмотря на различные подходы, во всех дефинициях присутствуют некоторые инвариантные признаки, на основании которых интертекстуальность представляет собой *соприсутствие в одном тексте двух и более текстов* [Ильин 1999 : 208]. Именно такого широкого подхода вслед за Ж. Женнетт, У. Бройхом и М. Пфистером мы будем придерживаться в данном исследовании.

Как утверждает Г. В. Денисова, «страсть к цитированию, обостренное внимание к языковой игре, принцип диалогичности наряду с общим духом травестирования и пародийного *отстранения* свойственны в целом лингвокультурному поведению русских на современном этапе, когда постмодернистская эстетика по настоящему стала *mainstream*» [Денисова 2003 : 29]. Обозначенная тенденция объясняет тот факт, что теория интертекстуальности служит на данный момент методологической основой для изучения не только художественных текстов (Безруков 2005; Воскресенская 2004; Зверькова 2004; Леонтьев 2001; Петрова 2005; Прохорова 2003; Ревякина 2004; Сатретдинова 2004; Стырина 2005; Фатеева 1997; Шилина 2004), но и научных (Казаева 2003; Королева 2004; Михайлова 1999; Чернявская 1995), масс-медиаальных (Аникина 2004; Боярских 2008; Гудков 2000; Казаева 2003; Новохачева 2005; Сандалова 1998; Ускова 2003; Черногрудова 2003), рекламных (Илюшкина 2008; Кушнерук 2006; Прохорова 2005; Терских 2003; Чистова 2009), политических (Ворожцова 2007; Гудков 2003а; Чудинов 2003а), кинематографических (Ямпольский 2003), юмористических (Шмелев 2007, Шмелева 2004) и др. в рамках того или иного дискурса.

Расширение теории интертекстуальности, вовлечение в круг изучаемых ею вопросов, не связанных напрямую со спецификой художественного творчества, обусловило возникновение и активное развитие теории прецедентности, в задачи которой входит изучение вербальных феноменов, «обеспечивающих культурную преемственность и культурную континуальность в дискурсах различного типа» (Попова 2004). Теоретическому осмыслению данного вопроса посвящена следующая часть настоящего исследования.



### 1.1.2. Прецедентность как лингвокогнитивный феномен

Концепция интертекстуальности естественным образом соприкасается с проблематикой прецедентности, поскольку в обоих случаях речь идет об единицах, отсылающих к явлению, которое осознается как артефакт и принадлежит контексту, находящемуся за пределами данного текста [Дымарский 2004 : 55]. В качестве признака, позволяющего отграничить прецедентность как лингвистическую категорию от интертекстуальности, М. Я. Дымарский предлагает считать тот факт, что использование ПФ не является случайным, оно всегда интенционально и актуализирует оппозицию «свое-чужое», в то время как интертекстуальность осмысливается в качестве онтологического свойства художественной литературы, которое может проявляться независимо от воли автора [Дымарский 2004 : 55]. Однако употребление ПФ тоже далеко не всегда интенционально окрашено, на что указывают некоторые исследователи (Алексеев 2003, Бирюкова 2005, Красных 2003, Супрун 1995). К тому же, как отмечает Н. С. Бирюкова, в тексте не всегда достаточно маркеров для определения намеренности / ненамеренности того или иного словоупотребления [Бирюкова 2005 : 36]. В настоящей работе вслед за С. Л. Кушнерук мы считаем, что понятие *прецедентности* в рамках лингвокогнитивного подхода в отечественной лингвистике отражает одну из сторон в осмыслении широко понимаемого феномена интертекстуальности, связанную с выявлением национально-культурной специфики коммуникации посредством анализа элементов, составляющих инвариантную общенациональную часть в сознании взаимодействующих субъектов [Кушнерук 2006 : 27]. В данном ключе интертекстуальность исследуется с точки зрения способности адресанта и адресата взаимодействовать между собой, оперируя культурно-значимой информацией, воплощенной в ПФ. Принятое положение позволяет рассматривать ПФ в качестве материализованных знаков интертекстуальности, тезаурусных форм ее существования (Аникина 2004, Бабенко 2004, Денисова 2003, Феномен прецедентности 2004), обладающих особой культурной значимостью и осуществляющих взаимодействие как целых культур, так и отдельных дискурсов и текстов. Следует отметить, что разграничение понятий прецедентности и интертекстуальности – особенность отечественной лингвистики, в то время как в зарубеж-

ных работах обращение к когнитивному аспекту коммуникации не повлекло за собой изменения в терминологии.

*Когнитивный подход* к языку, в рамках которого изучается явление ПФ в настоящей работе, характерен и для изучения указанных единиц в исследованиях О. С. Боярских (2008), Д. Б. Гудкова (2003а), И. В. Захаренко (1997), В. В. Красных (1997, 2003), О. В. Лисоченко (2002), Е. А. Нахимовой (2007), Л. А. Шестак (1999) и др.

Указанный подход является следствием перехода к *антропоцентрической* парадигме в языкознании, учитывающей насущные потребности общества в информации о жизни человека со всеми его психическими, социальными и этнокультурными характеристиками (Иссерс 2003). Наступило осознание того, что мыслительные категории практически неотделимы от языковых и изучение языковых форм представления знаний неполно без обращения к когнитивным категориям. «Язык – это вербальная сокровищница нации, средство передачи мысли, которую он “упаковывает” в некую языковую структуру. Знания, используемые при этом, являются знаниями не только о языке, но и о мире, о социальном контексте, знания о принципах речевого общения, об адресате, фоновые знания» [Маслова 2007 : 4]. Вышедшие в последние годы монографии, коллективные труды и отдельные статьи Н. Д. Арутюновой, А. П. Бабушкина, Н. Н. Болдырева, Г. И. Берестнева, Г. А. Волохина, Е. С. Кубряковой, З. Д. Поповой, Ю. С. Степанова, И. А. Стернина, В. Н. Телия, А. П. Чудинова и других исследователей содержат важные теоретические положения по вопросу о том, как хранятся наши знания о мире, как они структурированы в языке в процессе коммуникации.

В рамках настоящего исследования наибольший интерес представляет когнитивная семантика, основные положения которой разрабатывались американскими учеными Ч. Филмором, Дж. Лакоффом, М. Джонсоном, Дж. Тейлором в связи с изучением процессов концептуализации и категоризации мира, метонимичности и метафоричности мышления. Они заявили о том, что концепты играют центральную роль в определении реалий повседневной жизни: управляют человеческим мышлением, структурируют наши ощущения, поведение, отношение к другим людям. Одним из способов изучения того, как это происходит, является «наблюдение за осо-

бенностями функционирования языка», так как «коммуникация основывается на той же концептуальной системе, которая используется и в мышлении, и в деятельности» [Лакофф, Джонсон 2004 : 25].

Дальнейшее развитие когнитивного подхода к языку в трудах Д. Б. Гудкова и В. В. Красных привело к обоснованию *лингвокогнитивного подхода*, который предполагает анализ как собственно лингвистических, так и когнитивных аспектов коммуникации [Красных 2002 : 21]. К лингвокогнитивным единицам Ю. Е. Прохоров и Д. Б. Гудков относят систему национально-детерминированных минимизированных представлений, которые являются результатом действия определенного алгоритма минимизации того или иного элемента культуры [Прохоров 2003 : 149]. Таким образом, данный подход смещает акцент лингвистических исследований на проблему интертекстуальной компетенции как основу взаимодействия «говорящих», «культурно-детерминированных сознаний» (Д. Б. Гудков), что знаменует начало нового этапа в развитии теории интертекстуальности, ориентированного на субъект познания.

По мнению ряда исследователей, в основе интертекстуальной компетенции лежат когнитивные структуры, понимаемые как неделимые и нечленимые когнитивные единицы, содержащие «свернутое» знание или представление, формирующие разные виды компетенции [Красных 2003 : 64]. Поскольку информация, хранящаяся в виде когнитивных структур, включает в себя не только сведения об окружающем мире, но также знание языка и знание о языке, выделяются лингвистические и феноменологические когнитивные структуры. Лингвистические когнитивные структуры лежат в основе языковой компетенции и формируют совокупность знаний и представлений о законах языка, о его синтаксическом строении, лексическом запасе, фонетико-фонологическом строе, о законах функционирования его единиц и построения речи на данном языке. Феноменологические когнитивные структуры формируют совокупность знаний и представлений о феноменах экстралингвистической и собственно лингвистической природы, то есть об исторических событиях, реальных личностях, законах природы, произведениях искусства, в том числе литературных, и т. д. [Красных и др. : 63]. Согласно точке зрения Н. С. Олизко, на уровне восприятия текста имеют место процессы расшифровки воспринимаемых языковых кодов, поэтому активизируются в первую очередь лин-

гвистические когнитивные структуры; далее на уровне интерпретации происходят процессы расшифровки глубинного смысла, и здесь ведущая роль принадлежит феноменологическим когнитивным структурам [Олизько 2002 : 33]. На этом основании можно сделать вывод о том, что процесс понимания текста так же, как его восприятие и интерпретация, связан с активизацией когнитивных структур, которые находят свое выражение в речи в виде ПФ. Данные единицы принадлежат вербальному уровню, а стоящие за ними представления – концептуальному уровню сознания (Красных 2003).

Возникновение понятия прецедентности связано с именем Ю. Н. Караулова и его последователей – Д. Б. Гудкова и В. В. Красных. Появление в научной практике термина «прецедентные тексты» относится к 1986 году, где они определяются Ю. Н. Карауловым как «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, то есть 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» [Караулов 2007 : 216]. В дальнейшем, несколько уточняя приведенную дефиницию, ряд ученых (Д. Б. Гудков, В. В. Красных, Д. В. Багаева, И. В. Захаренко) выделяют следующие признаки ПФ: 1) хорошо известные всем представителям национально-лингво-культурного сообщества; 2) актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане; 3) обращение (апелляция) к которым постоянно возобновляется в речи представителей того или иного национально-лингво-культурного сообщества [Красных 2002 : 44].

Данное понятие относится к дискуссионным и вызывает некоторую критику исследователей. Так, Е. А. Нахимова, опираясь на результаты собственного исследования восприятия ПФ студентами, отмечает, что «критерий общеизвестности неосторожен, так как интеллектуальный и культурный уровень граждан, сферы их интересов различны» [Нахимова 2004 : 169]. Автор критично относится к такому критерию ПФ, как «хорошее знакомство», поскольку результаты проведенного ею эксперимента показывают, что «значительная часть информантов обнаруживает степень знакомства с некоторыми предложенными для объяснения феноменами, которую можно сформулировать приблизительно так: “Где-то об этом что-то слы-

шал” или “Кажется знакомым”. Часто информанты допускали серьезные ошибки при определении названий прототекстов и их авторов» [Нахимова 2004 : 171]. Схожие результаты были получены в ряде ассоциативных экспериментов, проводимых в рамках диссертационных исследований О. С. Боярских (Боярских 2008) и Н. С. Бирюковой (Бирюкова 2005). Выделяя критерии прецедентности, В. В. Красных говорит о «постоянном возобновлении ПФ в речи представителей того или иного национально-лингвокультурного сообщества» [Красных 2002 : 44]. Однако Г. Г. Слышкин при анализе смеховых жанров приходит к выводу о том, что существуют тексты (автор придерживается широкого понимания термина «текст»), становящиеся прецедентными на относительно короткий срок и не только неизвестные предшественникам данной языковой личности, но и выходящие из употребления раньше, чем сменится поколение носителей языка (например, рекламный ролик, анекдот). Тем не менее, в период своей прецедентности эти тексты обладают ценностной значимостью, а основанные на них реминисценции часто используются в дискурсе этого отрезка времени [Слышкин 2000 : 28]. Нельзя не отметить тот факт, что отбор адресантом всех языковых средств при порождении высказывания производится под большим или меньшим влиянием адресата и его предвосхищаемой ответной реакции [Бахтин 1979 : 280]. При создании текста важным для журналиста становится умение выявлять и устранять возможные психологические коммуникативные барьеры непонимания, неверной интерпретации информации. Ведь СМИ относятся к типу ретиального (от лат. *rete* – сеть) коммуникативного процесса, при котором сигналы информации направлены к множеству вероятных адресатов (обществу в целом) [Богуславская 2008 : 40]. В этой связи выбранное журналистом то или иное *чужое слово* для сильной позиции текста (в нашем исследовании – заголовка) всегда предполагает его узнавание и правильную интерпретацию адресатом, что позволяет говорить о презумпции прецедентности данного слова или высказывания в исследуемом дискурсе.

Учитывая вышесказанное, согласимся с С. Л. Кушнерук в том, что критические замечания в отношении существующего определения ПФ «нисколько не умаляют очевидных достоинств активно развивающейся в отечественной лингвистике теории, а, скорее, свидетельствуют о нарастающем интересе ученых к обсуждаемой

филологической проблеме и стремлении прийти к однозначности терминологии» [Кушнерук 2006 : 25].

В настоящем исследовании вслед за Д. Б. Гудковым и В. В. Красных с учетом корректировок, внесенных Е. А. Нахимовой и С. И. Сметаниной, под ПФ понимаются имеющие вербальное выражение единицы, известные значительной части представителей лингвокультурного сообщества; актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане; обращение к которым обнаруживается в речи представителей того или иного лингвокультурного сообщества (Красных 1997, Нахимова 2004). Указанные единицы полифункциональны в грамматическом и понятийном плане, то есть не фиксированы в отношении различных морфологических критериев, объема и синтаксических понятий, потенциально многозначны по семантике, что дает возможность по-разному «представлять» их в тексте, используя как единицы, имеющие рационально-логическое или эмоционально-образное содержание [Сметанина 2002 : 116].

Последнее дополнение к понятию ПФ представляется важным, поскольку с лингвокогнитивных позиций характерна нерелевантность противопоставления лингвистического и экстралингвистического знания [Баранов 1997 : 15]. Значимым становится изучение того комплекса ассоциаций, который стоит за ПФ и формируется энциклопедическими знаниями. Как отмечает А. П. Чудинов, в соответствии с общими представлениями когнитивной лингвистики язык – это единый континуум символьных единиц, не подразделяющийся естественным образом на лексикон, фразеологию, морфологию и синтаксис. Поэтому уровневые и структурные различия не отрицаются, но внимание исследователей сосредоточено на содержательных аспектах изучения рассматриваемого феномена [Чудинов 2003б : 54].

Единицы системы ПФ – прецедентный текст (ПТ), прецедентное высказывание (ПВ), прецедентная ситуация (ПС) и прецедентное имя (ПИ). Все названные феномены тесно взаимосвязаны. При актуализации одного из них может происходить актуализация нескольких остальных (Д. Б. Гудков, В. В. Красных, И. В. Захаренко, Д. В. Багаева). Дадим краткое определение понятий.

ПТ определяется как «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности, (поли)предикативная единица; сложный знак, сумма значе-

ний компонентов которого не равна его смыслу; ПТ хорошо знаком любому среднему члену национально-культурного сообщества; в когнитивную базу входит инвариант его восприятия; обращение к ПТ многократно возобновляется в процессе коммуникации через связанные с этим текстом прецедентные высказывания или символы» [Красных, Гудков, Захаренко, Багаева 1997 : 64].

ПВ – репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности; законченная и самодостаточная единица, которая может быть или не быть предикативной; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу; в когнитивную базу входит само ПВ как таковое; ПВ неоднократно воспроизводится в речи носителей русского языка. К числу ПВ принадлежат цитаты из текстов различного характера, афоризмы, пословицы, поговорки [Красных, Гудков, Захаренко, Багаева 1997 : 65].

ПС – некая «эталонная», «идеальная» ситуация, связанная с определенными коннотациями, когда-либо бывшая в действительности или принадлежащая виртуальной реальности созданного человеком искусства; в когнитивную базу входит набор дифференциальных признаков ПС, означаемым ПС может быть ПВ или ПИ [Красных 2002 : 45].

ПИ – индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом, как правило, относящимся к числу прецедентных (например, *Обломов, Тарас Бульба*), или с ситуацией, широко известной носителям языка и выступающей как прецедентная (*Иван Сусанин, Колумб*); имя-символ, указывающее на некоторую эталонную совокупность определенных качеств (*Моцарт, Ломоносов*) [Гудков 2003б : 108].

Центром культурного пространства и одновременно «местом» бытования ПФ, по мнению исследователей, является *когнитивная база* – определенным образом структурированная совокупность знаний и представлений, которыми обладают представители того или иного лингвокультурного сообщества [Гудков 2003б : 92]. При этом в когнитивной базе ПФ хранятся в свернутом виде, в виде «национально-детерминированных инвариантов восприятия «культурных предметов» [Гудков 2003б : 98]. Когнитивная база становится «ядром» всех (индивидуальных и коллективных) когнитивных пространств, служит стержнем, «скрепляющим» их и предопределяющим национальную специфику культурного пространства в целом [Крас-

ных 2001 : 7–8]. Речевое поведение всегда ориентировано на инвариант, находящийся в когнитивной базе, то есть для адекватной коммуникации необходимо знакомство коммуникантов с одними и теми же элементами когнитивной базы того национально-лингво-культурного сообщества, на языке которого осуществляется общение [Красных 2002 : 32]. В этой связи Л. И. Гришаева предлагает трактовать ПФ как культурные скрепы, сцепляющие отдельные культурные пласты и исторические эпохи в единую систему в синхронии и диахронии [Гришаева 2004 : 15–46]. Знание ПФ в таком случае можно рассматривать как показатель принадлежности к данной культуре, в то время как их незнание, наоборот, служит предпосылкой отторжения от соответствующей культуры [Караулов 2007 : 216]. Именно культура, будучи своеобразным семиотическим пространством, неким «сложноустроенным текстом» [Лотман 1992а : 121–122], на фоне которого развивается индивидуальное и массовое сознание, влияет на формирование фоновых знаний в сознании индивида. В свою очередь, фоновые знания можно рассматривать в качестве одного из аспектов или одной из составных сфер культуры [Кузьминская 2002 : 10]. Учитывая, что фоновые знания являются также аспектом сознания (когнитивной базы) личности, их целесообразно рассматривать «как основные ячейки культуры в ментальном мире человека, существующие в виде понятий, знаний, ассоциаций переживаний в сознании человека» [Кузьминская 2002 : 11]. С этих позиций фоновые знания являются канвой, на основе которой строится высказывание. Они представляют собой тот экстралингвистический компонент, без понимания которого процесс коммуникации становится малоэффективным. В этом смысле изучение ПФ как составляющих фоновых знаний (выявление актуальных сфер-источников прецедентности, вербальных способов их репрезентаций и особенностей функционирования в определенном дискурсе) оказывается важным этапом на пути изучения национального языкового сознания, системного описания того, как отражается «мир и мировидение» в языке [Красных 2001 : 6], дискурсе и реконструкции уровня культурно-языковой компетенции адресата последнего.

В настоящем исследовании принят широкий подход к отбору ПФ, реализуемый в ряде работ отечественных исследователей (Бриченкова 2007, Ворожцова 2006, Лаенко 2004, Милосердова 2004, Слышкин 2000 и др.), что подразумевает



включение фразеологизмов, пословиц, поговорок, крылатых слов и выражений на основании их когнитивной и / или эстетической значимости и клишированности. Как отмечает Д. Гоциридзе, опираясь на слова Б. Киршенבלата-Гимблета, пословицы обладают ситуационно обусловленным значением. Однако в сборниках, где изречения отделены от конкретных ситуаций, они представляются независимыми текстами, выражающими абсолютные истины [Гоциридзе 1988 : 55]. Принятый широкий подход также основывается на точке зрения В. Г. Костомарова и Н. Д. Бурвиковой, которые отмечают, что для получения статуса прецедентности высказывание должно носить универсальный характер, то есть отражать общеизвестную истину в афористической форме [Костомаров, Бурвикова 1994 : 74].

Согласно точке зрения В. И. Карасика, «языковое сознание членится на релевантные фрагменты осмысления действительности, которые имеют вербальное выражение и допускают этнокультурное, социокультурное и личностно-культурное измерения» [Карасик 2004 : 6]. В этой связи является необходимым выделение уровней прецедентности и им соответствующих когнитивно-значимых прецедентов: национально-прецедентных феноменов (известных любому среднему представителю того или иного лингвокультурного сообщества), социумно-прецедентных (известных любому представителю того или иного социума: религиозного, профессионального и т. д.), автопрецедентов (релевантных для данной личности), а также универсально-прецедентных феноменов, известных любому современному полноценному *homo sapiens* [Гудков 2003б : 103, Красных 2003 : 173]. Поскольку настоящая работа посвящена выявлению специфики функционирования ПФ печатных СМИ России и Великобритании, то основу исследования составляют, прежде всего, национально-прецедентные и транснациональные феномены (термин С. В. Банниковой). Под последними понимаются феномены, которые находятся на периферии когнитивных пространств и в силу своей отдаленности от центра, в котором расположены автопрецеденты и национально-прецедентные феномены, известны представителям национальных культур, которые располагают энциклопедическими знаниями, включающими также знания о других лингвокультурах [Банникова 2004 : 37–38].

Суммируя вышесказанное, с позиций когнитивной лингвистики и лингво-

культурологии ПФ можно охарактеризовать как единицы, которые требуют осмысления на трех уровнях: языка, сознания и культуры.

Как единицы языка, ПФ: 1) имеют словесное выражение; 2) в процессе коммуникации не создаются заново, но возобновляются; 3) могут видоизменяться (трансформироваться) в пределах сохранения опознаваемости. Как единицы сознания: 1) являются результатом определенных когнитивных операций (редукции, минимизации и др.), особым способом «упакованным» знанием; 2) служат средством кодирования и трансформирования информации; 3) задают модели обработки, оценки поступающей информации и ее сопоставления с уже имеющейся. Как единицы культуры: 1) характеризуются наполненностью некоторым знанием культурного характера; 2) требуют соотнесения с другими текстами как фактами культуры; 3) определяют специфику культурного пространства (см. (Гудков 2003, Костомаров 2003, Красных 2002, 2003)).

Ведущей характеристикой современных СМИ стала интертекстуальность, являющаяся не просто стилистическим приемом, а одной из стилеобразующих черт данного вида дискурса. Ее выдвижение на первый план свидетельствует о возросшей в целом экспрессивности дискурса СМИ, в котором реализуется установка на творчество, а не на стереотип. Пронизывая публицистический дискурс, ПФ создают вертикальный контекст, усложняя речевое произведение журналиста, порождая двуплановость и многоплановость текста. В этой связи целесообразно перейти к рассмотрению данного вида дискурса и функционированию в нем ПФ, чему и посвящается следующий параграф настоящего исследования.

## **1.2. Специфика газетно-журнального дискурса**

### **1.2.1. Особенности газетно-журнального дискурса и его адресата**

Первые исследования внутренней организации дискурса датируются рубежом 50-х годов XX века, когда появляются работы, полностью посвященные конструкциям, состоящим более чем из одного предложения – «сложным синтаксическим целым» и «сверхфразовым единствам» [Борботько 2009 : 10]. В отечественной лингвистике анализировались главным образом логико-грамматические отношения

между связанными по смыслу высказываниями, образующими в речи сверхфразовое единство [Фигуровский 1974 : 109]. Термин «сложное синтаксическое целое» употреблялся Л. В. Щербой уже в 20-е годы [см. Щерба 1974 : 97].

В зарубежной лингвистике синтаксические регулярности в организации дискурса были открыты в 1952 году З. Хэррисом, который установил факт повторяемости морфем и синтаксических конструкций в смежных высказываниях, а также смысловую эквивалентность различных выражений, попадающих в идентичное окружение (Harris 1969). С этого момента понятие «дискурс» широко применяется не только в современной лингвистике, но и социологии, политологии, логике, философии [Менджерицкая 1997 : 130]. Как отмечает М. Ю. Лотман «развитие науки в разные моменты выбрасывает на поверхность такие слова; лавинообразный рост их частотности в научных текстах сопровождается утратой необходимой однозначности. Они не столько терминологически точно обозначают научное понятие, сколько сигнализируют об актуальности проблемы, указывают на область, в которой рождаются новые научные идеи» [Лотман 1992б : 148]. Широкая сфера употребления термина позволяет, на первый взгляд, говорить о его полисемии, хотя, по мнению Франсуаза Эльгорски, «в действительности он всегда обозначает определенным образом организованную речевую деятельность, связанную с некоторой нелингвистической областью (социологический, идеологический, культурный контекст) или с чем-нибудь невысказанным (бессознательным, предполагаемым)» [Helgorsky 1982 : 22].

Несмотря на многообразие трактовок данного понятия и с лингвистических позиций (Бисималиева 1999, Макаров 2003, Карасик 2004, Петрова 2003, Прохоров 2004, Чернявская 2001, Чудинов 2003, Шейгал 2004 и др.), в большинстве работ отечественных и зарубежных ученых дискурс рассматривается как «целостное речевое произведение в многообразии его когнитивно-коммуникативных функций» [Седов 2004 : 7]; «всякий процесс говорения, включающий в свои структуры говорящего и слушающего вместе с желанием первого воздействовать на второго» [Kristéva 1981 : 17]; «связный текст в совокупности с экстралингвистическими (прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах из сознания (когнитивных

процессах), как речь, погруженная в жизнь» [Арутюнова 1998 : 136–137]; структура «после языка, но до высказывания» [Годоров 1983 : 367]; «особое использование языка для выражения особой ментальности, особой идеологии, о языке в языке, представленном в виде особой социальной данности» [Степанов 1995 : 37; 43].

Дискурсивное направление лингвистических исследований возникло, как отмечают Е. С. Кубрякова и Л. В. Цурикова, в контексте противопоставления функционализма формализму, представляющих собой «крайние точки на шкале различных интерпретаций языка» [Кубрякова 2004 : 134–135]. В связи с этим дискурс, с одной стороны, мыслится как речь, вписанная в определенную коммуникативную ситуацию и потому имеющая более отчетливо выраженное социальное содержание (по сравнению с речевой деятельностью индивида), а с другой стороны, дискурсивная практика осуществляется в виде некоторого вербального построения, обладающего определенной структурой и соотносимого с понятием текста [Боярских 2008 : 18].

При изучении функционально-обусловленных дискурсов вообще, и газетно-журнального дискурса в частности, необходимо остановиться на взаимосвязи понятий «дискурс» и «текст», относящейся к числу дискуссионных в лингвистике. Так, Э. Бенвенист, оперируя понятием дискурса, противопоставляет его как процесс системе: «вместе с предложением мы покидаем область языка как системы знаков и вступаем в другой мир, мир языка как орудия общения, выражением которого является дискурс» [Benveniste 1966 : 129–130]. Развивая мысль о процессуальном характере дискурса, он пишет, что высказывание есть «индивидуальное преобразование языка в дискурс», причем производится именно «высказывание, но не *текст* высказывания» [Benveniste 1970 : 12–13]. Таким образом, автор разделяет процесс реализации языковой системы – дискурс – и результат этого процесса – текст. В. В. Богданов, рассуждая о взаимосвязи языка, речи, текста и дискурса, рассматривает дискурс как родовой термин по отношению к видовым – тексту и речи [Богданов 1993 : 6]. Сопоставляя дискурс и текст, М. Л. Макаров определяет дискурс как «текст *плюс* ситуация», а текст, соответственно, как «дискурс *минус* ситуация» [Макаров 2003 : 87]. В данном случае дискурс понимается широко – как все, что говорится и пишется, как речевая деятельность, являющаяся в «то же время и *языковым материалом*» (Л. В. Щерба), причем в любой его репрезентации – звуковой и гра-

фической [Там же : 90]. Е. И. Шейгал в монографии «Семиотика политического дискурса» также останавливается на дихотомии данных терминов. Так, автор определяет дискурс как явление деятельностное, процессуальное, связанное с реальным речепроизводством, как реальное речевое событие, разворачиваемое во времени. Текст, в свою очередь, выступает продуктом речепроизводства, который имеет определенную законченную и зафиксированную форму, лишенную жесткой прикрепленности к реальному времени и представляющую собой абстрактный ментальный конструкт, реализующийся в дискурсе [Шейгал 2004 : 10–11].

Принимая все вышесказанное во внимание, в данном исследовании мы придерживаемся определения дискурса, данного Ю. Н. Карауловым и В. В. Петровым: «Дискурс – это сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста» [Караулов 1989 : 8]. Из определения следует, что по своей природе дискурс – это не только лингвистическое, но и социокультурное явление, которое, интерпретируя окружающую действительность, отражает при этом особый способ видения мира, способ упорядочивания действительности, заданный определенной коммуникативной ситуацией и присущий определенному социуму. Кроме этого, на дискурс неизбежно оказывают влияние психологические условия и обстоятельства общения. Таким образом, структура дискурса состоит из двух компонентов: лингвистический, который составляют системные языковые единицы, и экстралингвистический, который составляет ситуация, прагматический, социокультурный, психологический и другие факторы [Прохоров 2004 : 31].

При теоретическом осмыслении дискурса важным является описание функциональной структуры и категориальных признаков разных его типов, в основе выделения которых – специфика реально протекающей деятельности людей [Кубрякова 2004 : 138].

Согласно точке зрения В. И. Карасика, с позиций прагматики анализ различных типов дискурса ориентирован на исследование «интерактивной деятельности участников общения, установление и поддержание контакта, эмоциональный и информационный обмен, оказание воздействия друг на друга» и др. [Карасик 2000 : 5]. С позиций социолингвистики – на «анализ участников общения как представителей

той или иной социальной группы и анализ обстоятельств общения в широком социокультурном контексте» [Карасик 2000 : 5]. В зависимости от того, в каком качестве предстает субъект общения в той или иной ситуации общения, и учитывая контекст последней, В. И. Карасик выделяет два основных типа дискурса: персональный и институциональный. «В первом случае говорящий выступает как личность во всем богатстве своего внутреннего мира, во втором случае – как представитель определенного социального института» [Карасик 2000 : 6]. Персональный, или личностно-ориентированный, дискурс, в свою очередь подразделяется на бытовой (представляющий собой пунктирное общение в ситуации сокращенной дистанции и характеризующийся повышенной семантической нагрузкой на невербальную коммуникацию) и бытийный (ориентированный на насыщенное смыслами общение развернутого характера, репрезентированное произведениями философской, художественной и психологической литературы) [Карасик 2004 : 289–304].

В институциональном, или статусно-ориентированном, дискурсе актуализируются «ролевые характеристики агентов и клиентов институтов, типичные хронотопы, символические действия, трафаретные жанры и речевые клише. Институциональное общение – это коммуникация в своеобразных масках» [Карасик 2000 : 12]. В данном случае участники коммуникации выявляют в акте речи одну из своих социальных функций [Арутюнова 1981 : 357]: как представители определенного социального института, носители некоего социального статуса. Именно к институциональному типу дискурса, наряду с научным, религиозным, рекламным, юридическим, педагогическим, относится газетно-журнальный, именуемый также масс-медиаальный, массово-информационный, журналистский, газетно-публицистический.

Газетно-журнальный дискурс, в соответствии с принятым нами определением дискурса, можно трактовать как связный письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов [Сметанина 2002 : 10; Желтухина 2004 : 132]. Данный тип дискурса выходит в мир психики и когнитивной деятельности [Кубрякова 2004], по-

сколькx для осуществления дистантной коммуникации адресант при создании вербальных знаков опирается на интуитивную и на осознанную интеллектуальную деятельность, а адресат воспринимает и осмысливает полученную информацию.

Как отмечает И. В. Силантьев, опираясь на мысли М. Пеше, «всякий дискурс – в силу того, что существует и функционирует в системе других дискурсов – отражает в своем «телесном» составе, в репертуаре своих, в том числе возможных высказываний, – другие и многие дискурсы, и следы этих отражений мы обнаруживаем в текстах» [Силантьев 2006 : 31]. Важным свойством газетного дискурса является, по мнению И. В. Силантьева, его максимальная интердискурсивность, поскольку в нем наблюдается тесная связь с политическим и рекламным дискурсами (они непосредственно опираются на СМИ), а также образовательным, религиозным, научным, литературно-критическим [Силантьев 2006 : 35]. На эту особенность дискурса СМИ не раз указывали многие исследователи (Александрова 2002, Батурина 2004, Каравичева 2005, Карасик 2004, Лысакова 2005, Малычева 2001, Русский язык 2000, Стернин 2003). Данная специфика дискурса связана с наличием в нем обоих полюсов: и институциональности, и персональности. Полюс институциональности соотносится с различными аспектами деятельности СМИ, которые «предстают как некая гипер-фабрика производства и распространения общественно значимой информации и в которых работают, скорее, не авторы, а технологи дискурсов – новостного, рекламного, развлекательного, политического и др.» [Силантьев 2006 : 35]. Полюс персональности соотносим с творчеством журналиста-автора как некоей проникновенной духовно-публицистической деятельностью, в рамках которой журналист – это полнокровный автор и писатель, нередко при этом совмещающий журналистику с авторством в художественной литературе или литературной критике [Силантьев 2006 : 34–35].

Современные исследователи дискурса СМИ, куда относится и газетно-журнальный дискурс, указывают на ряд присущих ему специфических функций. Так, они подчеркивают первичность функции *убеждения*, поскольку публицист прямо агитирует, воздействуя на оценку читателем тех или иных фактов (Шмелев 1977, Солганик 1997, Сметанина 2002). Значимой является также функция *воздействия*, то есть «информационное изменение в одной системе при ее взаимодействии

с другой системой, которая передает информацию в форме сигналов, ориентирующих систему о смысле и значении сообщений» [Еникеев 2002 : 33]. Публицистика всегда осуществляет речевое воздействие на адресата, под которым понимается «речевое общение в системе средств массовой информации или агитационном выступлении» [Тарасов 1990: 5] В сущности, любое общение – воздействие, ибо, по замечанию Р. Блакара, «выразиться нейтрально невозможно» [Блакар 1987 : 91]. Понятие контроля (власти) и языковых средств его существования – важнейшее в теории речевого воздействия. Причем отличие персуазивного дискурса от всех других заключается именно в контролируемости семантических выводов, к которым должен прийти читатель (слушатель): автор (говорящий) пытается направить релевантные интеллектуальные и эмоциональные процессы в слушающем таким образом, чтобы те в конечном счете привели его к заданной (нужной автору) интерпретации [Кузьмина 2007 : 203]. По мнению Дж. Лакоффа, дискурс можно считать персуазивным, когда он неравноправный, т. е. когда попытка воздействия осуществляется одним из участников [Lakoff 1982 : 28]. Таким образом, газетно-журнальный дискурс – яркая демонстрация персуазивного дискурса. В рамках функции воздействия мы можем также говорить о суггестивности прессы, под которой понимается «процесс воздействия на психику адресата, на его чувства, волю и разум, связанный со снижением сознательности, аналитичности и критичности при восприятии внушаемой информации» [Желтухина 2003 : 21]. Данный факт объясняется тем, что язык СМИ – универсальная знаковая система, с помощью которой формируется картина окружающего мира, поскольку мы вынуждены строить свое знание об окружающей действительности на медиареконструкциях и интерпретациях, которые в силу своей природы идеологичны и культуроспецифичны [Добросклонская 2008 : 30]. По мнению некоторых лингвистов, в частности Д. Б. Гудкова [Гудков 2000 : 46], указанная функция – основная в сфере печатных и электронных СМИ, так как ее использование создает особый аудиовизуальный мир, воздействию которого вольно или невольно подвергается каждый из нас.

Традиционной и исторически изначальной для прессы является *информационная* (информационно-содержательная) функция: «Независимая, а точнее сказать, зависимая от читателя современной прессы, быстро реагирует на нужду потребите-



лей информации» [Какорина 2003 : 245]. Однако в современных печатных СМИ данная функция претерпевает некоторые изменения, поскольку прессе отводится роль интерпретировать произошедшее событие, переводя факт реальный посредством речевых структур в факт вербальный [Сорокин 2000 : 93], факт-комментарий [Сметанина 2002 : 50] и давая ему определенную оценку. Последняя может быть имплицитной, то есть заложенной в значение слова, и эксплицитной, присущей не конкретному слову, а его употреблению, когда оценка закладывается в контекст, в квазисинонимическую ситуацию, в квазичитату [Клушина 2004 : 53].

Г. Я. Солганик также относит к отличительным чертам исследуемого дискурса социальную *оценочность*, *коммуникативную общезначимость*, особый характер экспрессивности [Солганик 1981 : 34]. Требуемая оценка высказывания задается заранее, закладывается в сообщение, но ее присутствие в тексте незаметно, она не навязывается, а исподволь внушается адресату [Клушина / http]. Суть деятельности журналистики – оценка актуального и внедрение этой оценки в массовое сознание.

Важной особенностью анализируемого дискурса является активное влияние СМИ на *формирование и развитие массового сознания общества* (Добросклонская 2008, Желтухина 2003, Клушина 2004), осуществляемое через регулирование общественного мнения [Володина 2001 : 12], формирование общественных взглядов и настроений [Аннушкин 2001 : 5], определение картины дня, а шире — текущего момента [Майданова 2006 : 147]. Его анализ, как отмечает И. Т. Вепрева, позволяет диагностировать психологическое состояние общества, его социокультурное настроение [Вепрева 2005 : 6], а также современное состояние языка, так как в нем быстрее, чем где бы то ни было, находят отражение и фиксируются многочисленные изменения языковой действительности, все процессы, которые оказываются характерными для современного речеупотребления [Добросклонская 2008 : 24].

Принимая во внимание тот факт, что любое высказывание (текст) не существует в вакууме, а производится «говорящим и слушающим в конкретных ситуациях, в рамках широкого социокультурного контекста» [Дейк ван, Кинч 1988 : 159], следует признать, что тексты СМИ, как и язык СМИ в целом, представляют обобщенный совокупный образ национального языка, предстают как национальный поток сознания современного человек [Караулов 2001 : 15–16], как ментально-языковое

пространство, в котором пересекаются, взаимодействуют фрагменты национальной картины мира, отраженные языковым сознанием личностей как автора, так и адресата, что делает взаимодействие коммуникантов в сфере массовой коммуникации не столько манипулятивным, сколько конвенциональным и диалогичным (Богомолов 2000, Грайс 1985, Кларк, Карлсон 1986, Винокур 1993, Азнабаева 1998, Мансурова 1998, Кобозева / <http>, Кормилицына 2003, Чернышова 2007). Интерпретируя событие, пишущий не может не принимать во внимание фигуру адресата, который в современных социально-политических условиях определяет цель акта газетной коммуникации [Чернышова 2007 : 15], поскольку «даже логически безупречный аргумент обречен на неудачу, если он исходит из чуждых адресату принципов и идеалов» [Кобозева / <http>]. В связи с этим при теоретическом осмыслении данного вида дискурса необходимо представление образа его адресата.

Актуальность указанного вопроса является следствием гуманизации научного знания, которая поставила перед языковедами задачу раскрытия природы и роли человеческого фактора в языковой коммуникации. Язык рассматривается в своей погруженности в жизнь, в отображении действительности, что свидетельствует о переходе от лингвистики имманентной к лингвистике антропологической [Рузин 1993 : 48]. Вопросы ориентированности речи на получателя сообщения рассматриваются в рамках лингвистической прагматики, в теории речевых актов, где эта проблематика трактуется как «фактор адресата». Как отмечает Н. Д. Арутюнова, правильное ведение коммуникации опирается на согласованность параметров собеседников, включающих адресную обусловленность, аспект, амплуа или функции, в которых адресат и говорящий вступают в коммуникацию, приоритетность точки зрения адресата при интерпретации высказывания, удовлетворение пресуппозиций адресата как залог эффективной коммуникации [Арутюнова 1981 : 357–359].

Характеризуя разнообразие возможных адресатов высказывания, М. М. Бахтин писал, что адресат «может быть непосредственным участником-собеседником бытового диалога, может быть дифференцированным коллективом специалистов какой-нибудь специальной области, может быть более или менее дифференцированной публикой, народом, современниками, единомышленниками, противниками и врагами, подчиненным, начальником, низшим, высшим, близким,

чужим и т.п., он может быть и совершенно неопределенным неконкретизированным другим (при разного рода монологических высказываниях эмоционального типа) – все эти виды и концепции адресата определяются той областью человеческой деятельности и быта, к которой относится данное высказывание» [Бахтин 1979 : 275]. Анализу образа адресата в различных видах дискурса посвящен ряд работ. Так, Н. С. Бирюкова анализирует данную категорию в политическом дискурсе (Бирюкова 2005). Особенности адресата рекламы также неоднократно становились предметом исследования (Кара-Мурза / [http](#), Пикулева 2002, Постнова 2001, Чистова 2009). Т. Л. Каминская и Т. В. Чернышова изучают образ адресата средств массовой коммуникации (Каминская / [http](#), Чернышова 2007).

Принимая во внимание накопленный эмпирический опыт в данной области, перейдем к рассмотрению указанной категории в исследуемом дискурсе, представляющем собой дистантную форму коммуникативной деятельности институционального и когнитивного характера. Его основными участниками являются представители средств массовой информации как социального института и массовая аудитория. Т. Г. Добросклонская отмечает «коллективный, коллегиальный характер производства текстов и направленность текста массовой коммуникации на огромную, рассредоточенную в пространстве аудиторию» [Добросклонская 2008 : 37]. По мнению В. И. Конькова, «в газетном тексте авторство является коллективным, представляющим мнение редакции» [Коньков 1995 : 12]. На массовый характер авторства в СМИ указывает Gunhild Agger: «In media studies the notion of the subject as an author is in many ways less significant than in literary contexts. For although the efforts of individual talents can certainly be discerned, and although the director in film and TV fiction plays a leading role, *team work* (курсив наш) ultimately shapes the final result [Agger / [http](#)]. Адресат СМИ также характеризуется как *массовый*, то есть количественно неопределенный, неоднородный, анонимный, рассредоточенный, в работах ряда исследователей (Богодухова / [http](#), Богуславская 2008, Водак 1997, Волков 2003, Костомаров 1971, Леонтьев 1997, Майданова, Лазарева / [http](#), Рождественский 1996, Сухорукова 2004, Чудинов 2001). И. М. Кобозева подчеркивает, что «адресат массовой коммуникации в отличие от адресата в ситуации непосредственного диалогического общения – это не присутствующий в ситуации коммуникативного акта

реальный индивидуум, а потенциальное неопределенное множество лиц, которые могут взять в руки данный журнал или газету, оказаться слушателями радиопередачи или зрителями телепрограммы. Поэтому автор текста массовой информации сам моделирует своего типового адресата, осуществляя коммуникативный акт, рассчитанный на определенную группу, выделяемую по половому, возрастному, национальному, социальному, конфессиональному, мировоззренческому и т.п. признакам» [Кобозева / http].

Как отмечает Е. В. Сидоров, знания, которыми располагают коммуниканты, то есть их когнитивные базы, определяют коммуникативную деятельность говорящего и организацию текста как ее продукта. Мыслимые образы свойств когнитивной базы адресата могут в разной степени приближаться к действительным свойствам когнитивной базы реального реципиента текста или удаляться от них, но как системный фактор коммуникации имеет значение именно образ свойств когнитивной базы адресата, принимаемый за сами эти свойства [Сидоров 2009 : 61]. Ориентируя текст на определенную модель читателя, автор апеллирует к единицам когнитивной базы последнего, что определяется рядом исследователей как принцип общности фоновых знаний адресанта и адресата (Бирюкова 2005, Ксензенко 2000, Чистова 2009, Чокою 2007). Единицами общих фоновых знаний (социальных, культурных, языковых) адресата и адресанта являются ПФ. Выбор автором того или иного ПФ обусловлен его ориентацией на определенный образ аудитории, причем автор обязан помнить, что данная языковая единица должна быть понятной миллионам читателей, зрителей, слушателей [Степанов 1984 : 31]. Процесс рецепции текста есть процесс смыслообразования, основанного на содержании текста. «Содержание - это наборы предикаций в рамках пропозиционных структур. Эти предикации состоят из единиц, несущих лексические и грамматические значения. Смыслом же называется та конфигурация связей и отношений между множеством компонентов ситуаций (ситуации мыследеятельности и ситуации коммуникативной), восстанавливая которую или создавая которую реципиент понимает текст. В отличие от содержаний, которые прямо номинированы единицами, легко соотносимыми с референтами, смысл имеет тенденцию к эзотеричности. [...] Смыслы отмечены в средствах текстопостроения, поэтому восстановление смыслов предпола-

гает работу распредмечивания, восстановления ситуации мыследействия продуцента» [Богин 1997 : 146–147]. Любой текст является полиинтерпретируемым. Как отмечает Р. Барт, множественность осуществляемых смыслов есть не просто допустимая, но неустранимая характеристика текста [Барт 1994 : 417–419]. Процесс интерпретации текста основывается на ряде типовых ментальных операций. «Несовпадающие интерпретации возникают вследствие того, что объект по-разному воспроизводится в сознании разных субъектов (разное опускается и добавляется), неодинаково членится ими, элементы членения по-разному монтируются, в объекте акцентуируются разные стороны, он проецируется на разные эталоны и, наконец, ему приписывается различная семантика, то есть он подвергается альтернативной символизации» [Борухов 1989 : 10]. Чем большее сходство наблюдается в системах смыслов, усвоенных отдельными членами культурной группы в процессе рецепции и интерпретации текста, тем больше объем коллективного концепта данного текста и тем меньше в нем индивидуальных различий. Поэтому в формировании концепта прецедентного текста значительную роль может играть фигура интерпретатора – индивида или института, берущего на себя распредмечивание смыслов и транслирующего свою смысловую модель на культурную группу [Слышкин 2000 / <http>].

В этой связи при анализе содержательно-семантических свойств ПФ, зафиксированных в заголовках публикаций, мы основываемся на адресной обусловленности, под которой вслед за Т. В. Чернышовой понимаем совпадение или близость ментальных концептуальных, когнитивных, лингвостилистических систем автора и адресата [Чернышова 2007 : 112], где последние имеют массовый характер. Анализ содержательно-семантических свойств ПФ как единиц когнитивной базы в заголовках газетных и журнальных публикаций, предпринимаемый в настоящем исследовании, позволяет определить интертекстуальный уровень предполагаемого адресата, а также выявить его уровень культурно-языковой компетенции как умения интерпретировать языковые знаки в категориях культурного кода [Телия 1995 : 227]. Следует отметить, что под языковым компонентом понимается знание о законах языка, о его фонетико-фонологическом и синтаксическом строе, лексическом запасе, правилах функционирования его единиц и законах построения речи на данном языке. Под культурным компонентом – совокупность знаний и представлений

о культурных феноменах, в частности исторических событиях, реальных личностях, произведениях искусства, литературных произведениях, поскольку культура «разлагается» на текст, состоит из текстов, хотя качественно и не сводится к ним [Мурзин 1994 : 165; Караулов 2007 : 216].

Далее, согласно логике исследования, перейдем к теоретическому осмыслению специфики газетного / журнального текста и заголовка как его обязательного элемента.

### **1.2.2. Заголовок как композиционный элемент газетной и журнальной публикации**

Исходя из определения дискурса, принятого в настоящем исследовании, мы рассматриваем текст, в данном случае газетный и журнальный, как часть соответствующей дискурсивной формации, квалифицируемый как социальное высказывание, как отражение надындивидуальной, коллективной речевой практики. Начальным этапом в дискурсивном анализе всегда является уровень конкретной языковой реализации дискурсивного содержания, то есть уровень текста [Чернявская 2009 : 149]. В этой связи представляется необходимым определить место исследуемого типа текста в текстовой иерархии и выявить особенности и функции его заголовка как обязательного компонента, в чем и заключается цель данной части исследования.

Текст в современной лингвистике определяется как «динамическая единица высшего порядка, как речевое произведение, обладающее признаками связности и цельности – в информационном, структурном и коммуникативном плане» [Валгина 2003 : 5]. Данные признаки – связность и цельность – отражают соответственно коммуникативно-содержательную и структурную сущность текста. Textoобразование осуществляется под влиянием целеустановки самого текста и целеустановки конкретного автора текста. Первое диктуется самим текстом, его жанром, задачами, которые он реализует. Второе всецело связано с авторской модальностью, так как любое сообщение включает в себе не только информацию, но и отношение автора к сообщаемой информации, что особенно важно в установлении прагматики текста. Автор не только формирует текст, но и направляет читателя в интерпретации [Вал-

гина 2003 : 24]. Среди важнейших, содержательных признаков текста И. Р. Гальперин выделял направления его развития: проспекцию и ретроспекцию (Гальперин 2007). Под проспекцией понимается последовательное развертывание изложения, формулирование более общих положений на базе содержательно-фактуальной информации. Согласно данной коммуникативной стратегии, новое передается читателю постепенно. Ретроспекция представляет собой постепенное возвращение к изложенному ранее, спиралеобразное движение речевого потока [Славкин 2002 : 40–49], в котором выделяются семантически значимые моменты, к которым журналист вновь и вновь возвращается. Такое композиционное построение текста, коммуникативной стратегии может быть неожиданным. Заголовок – практически единственный текстовый знак, который присущ всем текстам и всегда занимает в них одно и то же место, образуя сильную позицию (Лукин 1999; Леонтьев 1969). Заглавие, по мнению Н. А. Кожиной, многоаспектное явление, и его изучение требует широкого филологического подхода. Оно является одним из элементов формальной, композиционной, смысловой организации текста [Кожина 1986 : 3]. Хотя любой заголовок репрезентирует текст, раскрывает его суммарное значение, тональность и построение, задает тон перспективе дальнейшего изложения, он также отражает особенности сферы коммуникации. В данном случае имеются в виду отличия заголовка художественного произведения (как правило, номинативы) от газетных и журнальных, где важна информативность, экспрессивность, диктуемая стилем речи. Заголовки в СМИ, в отличие от заголовков художественных произведений, соотносятся не только с текстом, но и внешним миром, поскольку «приобрели такое качество как зазывность, так как они призваны продать свой товар – информацию» (Ильсова 2003; Кожина 1986).

Газетный / журнальный текст представляет собой специфический вид текста. При его создании журналист переводит замысел в значение, облакая словесные обозначения смысла в связную, наполненную общепонятными значениями грамматически оформленную речь. В процессе создания текста автор не может позволить себе свободный порядок слов, поскольку последний влияет на формулировку мысли. Автор может рассчитывать на понимание только в том случае, если использует законы обыденной логики, способствующей успешной коммуникации.

Эффективность исследуемого типа текста зависит и от его графического оформления. Указанная особенность связана, в частности, с наличием в газете / журнале заголовков, подзаголовков, рубрик, лидов. Интегративные свойства заголовочной подсистемы проявляются в том, что ее части находятся в семантических связях друг с другом. В центре заголовочного ансамбля находится заголовок отдельного текста. Это наиболее независимый элемент, который обусловлен непосредственным соотношением с называемым текстом. Заголовочное ядро также связано многочисленными нитями с разными рубриками и подзаголовками. Последние непосредственно семантически соотносятся или с текстовым заглавием, или друг с другом. Соотношения этих над- и подзаголовочных элементов с текстом возможны посредством названия текста. Эти соотношения напоминают вращение электронов вокруг ядра атома [Лазарева 2004 : 16–17].

Следует отметить, что материалом настоящего исследования послужили газетные / журнальные тексты, представленные как в печатных изданиях, так и на их официальных сайтах сети Интернет. В данной работе возможность равноценного использования указанных источников практического материала продиктована тем, что электронная версия выступает в качестве варианта традиционной: в ней «сохраняется верность концепции, по большей части совпадает содержание, оформление, расположение материала, авторы» [Скворцов 2009 : 45]. Кроме того, публикация, размещенная в сети Интернет, как и в печатном виде СМИ характеризуется общими текстовыми категориями: целостность, связность, отдельность, системность, модальность, завершенность [Там же : 65]. Заголовок представляется обязательной структурно-композиционной категорией любого газетного и журнального текста (вне зависимости от печатной и Интернет-версии издания), которая несет в себе важнейшую коммуникативную нагрузку и определяет эффективность журналистского текста. Мы признаем, что заголовок электронного издания «теряет привычную структуру и приобретает новые функции. Это уже не столько заголовок, сколько отсылка к будущему тексту, к самому содержанию публикации. Он представляет собой самостоятельный компонент, который существует отдельно от текста. Если в печатном СМИ адресат может прочитать заголовок и просмотреть публикацию хотя бы «по диагонали», понять суть заголовка и материала хотя бы приблизительно, то в Интер-



нет-СМИ заголовок – это единственное, что видит адресат, заголовок можно сравнить только с другими заголовками, но нельзя соотнести сразу с текстом [Там же : 60]. Однако, принимая сказанное выше во внимание, в настоящей работе представляется возможным не учитывать указанные различия, что обусловлено целью нашего исследования, для достижения которой критерием отбора заголовков являлось наличие в них ПФ.

Как отмечает Э. А. Лазарева, исследования психологов показывают, что около восьмидесяти процентов читателей уделяют внимание только заголовкам. Заголовок любого текста, в том числе и газетного, имеет двойственную природу. С одной стороны, это языковая структура, находящаяся вне текста, предваряющая его и стоящая над ним. С другой стороны, заголовок – полноправный компонент текста, входящий в него и связанный с другими компонентами целостного произведения. Наряду с началом, серединой, концовкой заголовок составляет определенный план членения текста – пространственно-функциональный. Важность заглавия в плане воздействия на читателя определяется тем, что оно занимает стилистически сильную позицию [Лазарева 2004 : 4–5]. Данная мысль подтверждается Г. Г. Хазагеровым: исторически заголовок рассматривался с двух точек зрения, определивших в дальнейшем и систему функций заголовка: заголовок как автономная единица текста и заголовок как обусловленная единица текста (Хазагеров 1984). Первый, более ранний подход в результате определил грамматические модели заголовков, стилистические фигуры, лексические явления в данной функциональной позиции; второй, более современный – представляет заголовок как семантически, коммуникативно и структурно обусловленную текстом языковую единицу [Славкин 2002 : 40–49]. С формальной точки зрения заголовок является достаточно изученным. Роль заголовка как самостоятельной единицы, как части публикации, а также его функции подробно рассматриваются в лингвистической литературе, что позволяет в нашем исследовании в полной мере опираться на эмпирический опыт предшественников (Аникина 2004; Гоциридзе 1981, 1988; Земская 1996; Кожина 1986; Коньков 1995; Костомаров 1971; Коробова 1975; Лазарева 1989, 2004; Лысакова 1989, 2005; Майданова 1987; Солганик 1981; Хазагеров 1984; Черногрудова 2003; Вакуров, Кохтев, Солганик 1978; Виноградова, Винокур, Еремина и др. 1987; Westergren 1998; Хекалакис 1999; Reah 1998 и др.). Однако

функциональные разновидности заголовка, построенного на основе ПФ, особенно новые, появившиеся в прессе за последние десятилетия, нуждаются в изучении и уточнении. В этой связи необходимо учитывать, что наиболее полный анализ заголовка в семантическом и стилистическом отношении возможен лишь при опоре на текст.

Современные журналистские / газетные тексты отличаются полифоничностью, сложностью композиции, в них уже нет четкого разграничения жанровой и стилистической специфики (Богуславская 2008; Муравьева 2002; Солганик 2003), поэтому современный заголовок обладает смысловой объемностью, коммуникативно-функциональной многозначностью.

Согласно мнению Э. А. Лазаревой, которого мы придерживаемся в данном исследовании, заголовок билатерален, имеет значение, присутствующее в нем как в самостоятельной единице языка (речи), но окончательно он раскрывается в связи с текстом, так как является частью произведения, называет его (Лазарева 2004). В этой связи автор считает, что восприятие журналистского текста сводится к трем этапам, на которых заголовок реализует присущие ему функции.

На первом, «дотекстовом», этапе задача заголовка – привлечь внимание читателя, вызвать интерес. Уровень внимания – это первое приобщение читателя к произведению, когда возникает временный, ситуационный интерес. Именно такое восприятие заглавия до прочтения всего произведения формируется благодаря тому, что реализуется *графически-выделительная, номинативная, рекламная* функция. Следует отметить, что *номинативная* (назывная) функция присуща любому заголовку. А. П. Попов называет ее «онтологической исходной, поскольку заголовок должен обозначить статью, назвать ее, выделить среди других статей» [Попов 1966 : 96]. На это качество заголовка указывает и Г. О. Винокур, подчеркивая, что заголовок «выполняет функцию демонстративную, часто близкую к простой номинации» [Винокур 1928 : 87–88], что сближает заголовки с именами собственными. Некоторые исследователи, в частности В. И. Ронгинский, говорят о совмещении данной функции с *пропозитивной*, поскольку заголовок является дотекстовым показателем текста, его сигналом [Ронгинский 1965 : 6]. *Рекламная* (интригующая) функция проявляется в стремлении автора максимально привлечь читателя к своей статье, заинтриговать его эмоциональностью, недоговоренностью. На страницах газет разворачивается борьба

за внимание читателя и его интерес. При этом главным оружием становится газетный заголовок: броский, интригующий» [Бобунова 1992 : 58]. В широком смысле, по мнению В. В. Богуславской, понятийное содержание рекламной функции включает в себя и *графически-выделительную* функцию [Богуславская 2008 : 171].

Во время знакомства с текстом, то есть на втором этапе восприятия статьи, заголовок реализует *информативную* функцию: он не только называет, но и передает информацию, сообщает какие-то сведения о событии, изложенном в статье. Как отмечает А. С. Попов, информативность заголовка определяет его максимальную самостоятельность, то есть «заголовок тем более самостоятелен, чем более он отрывается от представляемой корреспонденции и сам превращается в особую корреспонденцию, чем выше коммуникативность «заглавного предложения», тем самостоятельнее заглавие» [Попов 1966 : 98]. Читатель, воспринимая публикацию, интуитивно соотносит заголовок с тем или иным элементом смысловой схемы текста. Заголовок становится средством экспрессивного выражения существа содержания текста, отражающим требование моментального социального воздействия на читателя, когда сообщение о явлении социальной действительности пропускается через «Я» говорящего (автора) и имеет определенную направленность (адресат – читатель). Восприятие текста во многом зависит от того, насколько успешно заглавие осуществляет свою *оценочно-экспрессивную* функцию, то есть от того, как своей внешней формой заголовок способен выразить то, что выражено внутренним содержанием текста [Богуславская 2008 : 173]. Заглавие также облегчает восприятие текста, играя большую роль в организации языковых средств. В этом случае заголовок выполняет *интегративную* функцию. Интеграция (связанность) понимается как средство достижения целостности, слитности текста, что позволяет рассматривать его как самостоятельное единство. Заголовок облегчает чтение газетной публикации и тогда, когда он выполняет композиционную (архитектоническую) роль, как бы прогнозируя членение текста на части, его архитектонику.

После прочтения газетного материала наступает третий этап восприятия, на котором заголовок выполняет *мнемоническую* функцию. Читатель запоминает публикацию, если она обратила на себя внимание содержанием или выразительным

композиционно-речевым построением. Заголовок служит на данном этапе «компрессируемым текстом».

Как справедливо отмечает Н. Е. Бахарев, «в зависимости от цели, назначения заголовка одна из функций выдвигается на первый план» [Бахарев 1971 : 5]. Так, например, информативная функция всем объемом включенных в нее значений выполняет задачу воздействовать на читателя, что позволяет говорить о ее пересечении в данном случае с рекламной функцией, так как новая информация, сообщаемая в статье и привлекающая читателя, является также и рекламой.

В настоящее время усиливается интерес к прагматической составляющей современных заголовков, под которой традиционно понимается отношение знаков к их истолкователю. С точки зрения прагматики, заголовки характеризуются внешней направленностью. На первый план выходит воздействие на читателя, на его эмоциональную и интеллектуальную сферу. Заголовок отражает не только основное содержание публикации, но и прагматическое отношение автора к этому содержанию. Прагматическая цель автора (его коммуникативная целеустановка) заключается в желании добиться результата в виде деятельности (заставить что-то совершить), или разделить эмоции, или заставить мыслить в русле идей автора, то есть желание активно воздействовать посредством заголовка на читателя. Побуждение может быть рассчитано как на собственно поведенческую реакцию (ответное действие), так и на опосредованную поведенческую реакцию – изменение социальных, общественно-политических установок в желаемом направлении. Автор добивается прагматической цели, сообщая заголовку активную *воздействующую* функцию [Богуславская 2008 : 175]. Отметим, что речевое воздействие может достигаться методами логически обоснованного убеждения и способами эмоционального воздействия на аудиторию. Как отмечает В. Г. Костомаров, эффективность возрастает в результате использования смешанного типа воздействия (Костомаров 1971), из чего следует, что информация должна быть эмоционально-заражающей и содержательно-рационалистической. Данное требование связывается с тем, что текстам массовой коммуникации присуще единство воздействующей и информационной функции.

Заголовок имеет активный характер, его лаконизм обеспечивается максимальной сконцентрированностью содержания, предельной экономией средств выражения.

Заголовки современных газетных и журнальных текстов представляют собой реализацию авторских намерений в новых условиях общения, ориентированных на фоновые знания читателя, что ведет к усилению их прагматической функции. Любой заголовок полифоничен, поскольку имеет коллективного адресата. Автор в стремлении интимизировать контакт с читателем старается продемонстрировать общность знаний, опыта. Этим объясняется все большее проникновение в газетно-журнальный дискурс ПФ, представляющих собой свертки экстралингвистической информации. Предполагается, что данная информация хранится в когнитивной базе лингвокультурного общества и должна быть понятна его представителям. В этой связи представляется необходимым теоретическое осмысление функционирования указанных единиц в заголовках современной прессы.

### **1.2.3. Функционирование прецедентных феноменов в газетно-журнальном дискурсе**

Будучи весьма сложными единицами, неоднородными по своему составу и выполняемым функциям, ПФ становились объектом исследования лингвистов с различных точек зрения и поэтому не имеют единого терминологического обозначения. Анализ соответствующей лингвистической литературы позволяет говорить, с одной стороны, о полисемичности самого термина *прецедентный феномен*. Под ним одновременно понимается и источник прецедентности, например, отдельная национальная культура, художественный текст, фильм, рекламный ролик и др., и средство актуализации данного источника, например, реальное или вымышленное имя, название произведения, цитата из него. С другой стороны, наблюдается использование различных терминов для обозначения сходных или даже одинаковых явлений [Боярских 2008 : 47]. Единицы, называемые в данной и многих других работах ПФ, могут именоваться и как ПТ (Караулов 2007; Наумова 2004; Семенец 2004; Слышкин 2000; Шестерина 2004), ПВ (Костомаров 1994), прецедентные интексты (Саксонова 2001), реминисценции (Воронцова 2004), текстовые реминисценции (Алексеенко 2003, Супрун 1995), прецедентные текстовые реминисценции (Исаева 2001, Прохоров 2004), логоэпистемы (Костомаров, 2001, Санг Хюунг 1998), прецедентные культур-

ные знаки (Пикулева 2003). Терминологическое разнообразие представляется следствием актуальности исследуемого вопроса в современной филологии, далеко выходящей за рамки собственно лингвистического или литературоведческого анализа [Попова 2004 : 9]. В этой связи при анализе различных аспектов функционирования ПФ, зафиксированных в заголовках российской и британской прессы, представляется возможным опираться на работы, имеющие несколько отличную от нашей терминологическую базу, но посвященные исследованию схожих вербальных единиц. Функциональная ориентация современной лингвистической парадигмы обуславливает необходимость рассмотрения любой языковой единицы с учетом ее погруженности в сферу употребления, поскольку «функция реализуется в результате взаимодействия элементов системы и среды» [Бондарко 2002 : 197]. В связи с этим ПФ исследуются на материале различных видов дискурсов: художественного (Банникова 2004; Караулов 2007; Фоминых 2002), рекламного (Илюшкина 2008; Ковалев 2004; Кушнерук 2006; Пикулева 2003; Чистова 2009), спортивного (Хмелевская 2007), дискурса СМИ (Аникина 2006; Боярских 2008; Земская 1996; Лисоченко 2002; Наумова 2004; Черногрудова 2003), политического (Ворожцова 2007; Зайцева 2007; Новикова 2006), юмористического (Проскурина 2004; Слышкин 2000), педагогического (Бриченкова 2007; Ростова 1993; Смыкунова 2003), научного (Кудрина 2005), лексикографического (Лысикова 2005; Нефедова 2005), устной речи (Гуныко 2002; Исаева 2001).

Исследуемый нами тип дискурса наиболее активно вбирает в себя постмодернистские тенденции, в частности, «цитатное письмо», которое заключается в «интеллектуальной, эмоционально-оценочной, формальной переработке «чужого» текста-цитаты, осмысленного и освоенного в системе культур, и повторное использование его в качестве средства номинации по отношению к реальным ситуациям (лицам) при создании медиа-текста». С. И. Сметанина, детально исследуя особенности медиа-текста в системе культуры, активное использование интертекстуальных элементов в текстах СМИ объясняет усталостью современного человека от культурного наследия, побуждающего только к тому, чтобы отыскивать уже готовые и освоенные культурой формы и вплетать их в коммуникативный акт [Сметанина 2002 : 95], а также потенциальной возможностью данных единиц интеллектуализировать изложение, формировать новые смыслы, своеобразно вводя событие теку-

щей жизни в общеисторический и культурный контекст [Сметанина 2002 : 123]. В связи с этим закономерно предположить, что заголовочные комплексы, содержащие интертекстуальный знак, обладают большей прагматической нагрузкой, а их воздействие на адресата и их восприятие адресатом отлично от заглавий, в структуру которых не входит ПФ, так как идентификация источника интертекстуальности предполагает обладание определенной культурно-значимой информацией и соответствующими коннотациями.

Несколько иного взгляда на распространенность интертекстуальных включений придерживается Л. Я. Гинзбург: «Свои слова никогда не могут удовлетворить... Чужие слова – всегда находка, их берут такими, какие они есть, их все равно нельзя улучшить или переделать. Чужие слова, хотя бы отдаленно и неточно выражающие вашу мысль, действуют как откровение или как давно искомая и обретенная формула» [Гинзбург 1982 : 356]. По мнению Г. Я. Солганика, причина актуализации интертекстуальности в газете связана с изменением отношения к классическим текстам. В настоящее время они уже перестали восприниматься как целостный образец речевого искусства, а больше расцениваются как строительный материал для новых текстов (Солганик 2003).

В газетном и журнальном тексте читателю дается анализ, оценка событий и фактов. Не только в публикации, но и в заголовке автор, безусловно, стремится обозначить свою позицию в сопоставлении с общепринятой или ситуативно предполагаемой у адресата. Сопоставление оценок и подходов, характерное социальному человеку и частному человеку, всегда в определенной мере присутствует в заголовке. Ведь автор отталкивается от общественного опыта, мнения, имея при этом свой личный взгляд на вещи, что находит свое отражение в выборе ПФ и, соответственно, проявляется в структуре и семантике заголовка (под семантикой мы понимаем все содержание, которое представлено в этом знаке). В данном случае использование ПФ можно рассматривать двояко. С одной стороны, обращение к ПФ представляется как заурядный обыденный, привычный по форме и содержанию прием, применяемый при создании заглавия, который говорит, как правило, о материале с известной точки зрения, принятой в обществе в виде готовых свертков экстралингвистической информации. С другой стороны, наличие ПФ, особенно в трансфор-

мированном виде, в сильной позиции заглавия свидетельствует о нестандартном, личном индивидуально-авторском подходе к тому, о чем идет речь в статье, о его ассоциативно-образном представлении. Как отмечает А. П. Чудинов, «ПФ позволяют сделать сообщение более ярким, привлекающим внимание и одновременно ввести в изложение элементы языковой игры, предложить читателям для кого-то прозрачную, для кого-то достаточно сложную загадку» [Чудинов 2003б : 29]. Как следствие, адресат статьи при виде ПФ включается в напряженную работу: определяет источник ПФ и подключает ассоциативные связи к пониманию нового текста. При двойственном подходе к использованию ПФ справедливым является замечание В. Г. Костомарова о языке газеты как сочетании и чередовании элементов стандарта и экспрессии [Костомаров 1971 : 104]. Экспрессивно наполненная языковая единица быстро обретает популярность, плата за которую – стандартизация: «язык, как всякая динамическая система, «переводит» повторяющиеся, часто тиражируемые экспрессемы в разряд стандартных средств» [Сметанина 2002 : 46].

ПФ, используемые при создании других текстов, имеют полифункциональный характер, то есть могут служить воплощением нескольких коммуникативных функций одновременно, о чем говорится в работах Д. Гоциридзе, С. И. Кузьминской, С. В. Кушнерук, А. А. Потебни, И. В. Алещановой, Г. Г. Слышкина и др.

Так, Г. В. Денисова, исследовавшая феномен интертекстуальности сквозь призму лингвокультурного сознания, выделяет следующие функции интертекстуальных знаков в современной речевой деятельности носителей русского языка / культуры: 1) интертекст как первичное средство коммуникации (использование «интертекстов-стереотипов», представляющих собой «куски культурного шума») (М. Айзенберг), «готовые» единицы языка, отличающиеся принципиальной нерелевантностью авторства: *А ларчик просто открывался*); 2) как средство создания игрового момента; 3) как неявное средство выражения оценки; 4) как прием убеждения реципиента; 5) как средство коммуникативного воздействия; 6) как своеобразный способ введения мыслей, отправная точка для размышлений или способ установления контакта; 7) в качестве своеобразного интерпретатора (имеются в виду аллюзивные способы введения ПТ в дискурс); 8) как способ пародирования путем помещения в кон-



трастивный по семантике и/или стилистическому звучанию контекст (так называемый «стеб»); 9) как способ демонстрации эрудиции при обращении к «своему»; 10) как прием украшения текста [Денисова 2003 : 163–178].

В монографии Г. Г. Слышкина также представлен перечень выполняемых ПФ функций, позволяющий объединить некоторые выделенные Г. В. Денисовой виды. Исследователь называет следующие основные функции концептов ПТ в дискурсе: 1) номинативная функция (апелляция к ПТ осуществляется для экономии речевых средств, выражения отношения говорящего к происходящему, эвфимизации предмета разговора); 2) персуазивная функция (использование ПТ с целью убеждения коммуникативного партнера в своей точке зрения); 3) людическая функция (апелляция к ПТ для создания языковой игры); 4) парольная функция (использование текстовой реминисценции, направленной на доказательство или эмфатизацию принадлежности отправителя речи к той же группе, что и адресат) [Слышкин 2000 : 85–104].

М. А. Алексеенко, изучая текстовые реминисценции, значительно увеличивает набор функций элементов предшествующих текстов в структуре нового текста: во-первых, текстовые реминисценции значительно повышают степень интерпретируемости, «мягкости» текста; во-вторых, способствуют оптимальному выражению субъективного отражения действительности в эмотивно-образной форме. Являясь важной составной частью прагматической подструктуры газетного и журнального текста, текстовые реминисценции способствуют реализации основной функции этого текста – социально-воздействующей. Текстовые реминисценции используются также как эстетическое, текстообразующее средство: они «лаконизируют» изложение, способствуют образованию подтекстов, служат четкому, емкому изложению сообщения с опорой на предшествующий словесный опыт, что избавляет автора от необходимости заново придумывать уже найденные кем-то когда-то удачные словесные формулы. Большинство реминисценций коммуникативного характера выполняют эвристическую функцию, кумулируя и передавая современникам опыт и знания предшествующих поколений [Алексеенко 2003 : 232].

Н. В. Немирова, исследуя проблемы прецедентности на материале современной публицистики, выделяет следующие способы функционирования ПФ в политическом дискурсе: прецедентные цепочки (группа прецедентных единиц, где каждый

из предыдущих является непосредственным источником последующего), прецедентные парадигмы (группа ПФ, восходящих к одному и тому же источнику) и прецедентные контаминанты (высказывания, восходящие одновременно к двум прецедентным источникам). С позиций лингвистической прагматики, прецедентность контекста «позволяет наиболее ярко выразить политические пристрастия автора-публициста» [Немирова 2003 : 153].

Исследуя функции цитатных заголовков в современных газетах, Е. А. Земская выделяет следующие: снижение высокого, пародирование, развенчание кумиров. Автор отмечает, что цитатные и квазицитатные (трансформированные) заголовки являются риторическим приемом украшения текста, реализующим поэтическую функцию языка. Полифункциональность ПФ доказывается при рассмотрении использования разновидностей цитатных заголовков: «Поэтическая строка скорее выразит общую сентенцию или аллюзию; политический лозунг принесет инвертированную, обычно сниженную оценку ситуации; пословица выразит шутивную оценку с точки зрения житейского смысла» [Земская 1996 : 157–168].

Иной подход при изучении газетных заголовков, содержащих ПТ, предпринят О. П. Семенец. Исследователь указывает на решающую роль значимых с идеологической точки зрения цитат, а также цитат, связанных с произведениями литературы, в конструировании ценностной модели мира. Подчеркивается, что ПТ, связанные с русской классикой, наиболее подвержены «разного рода трансформациям, обыгрыванию, с их помощью создается подтекст и оценочность» [Семенец 2001 : 292–295].

Р. Л. Смулаковская выделяет три типа ПВ в газетном дискурсе с точки зрения трансформаций: 1) изменение функциональной модальности ПВ; 2) усечение ПВ, сопровождающееся многоточием; 3) использование приемов экспрессивного синтаксиса. Автор приходит к выводу о том, что в позиции заглавия указанные феномены выполняют лишь функцию привлечения внимания, то есть «являются своеобразными фатическими операторами и не участвуют активно в смыслообразовании текста, поскольку не способствуют установлению диалогических отношений между текстом-донором и текстом-реципиентом» [Смулаковская 2004 : 119].

Е. О. Наумова в работе «Особенности функционирования ПТ в современном публицистическом дискурсе» рассмотрела использование ПТ с точки зрения их

способности участвовать в формировании имиджа целого печатного издания, а также идиостилия творческой личности журналиста. По ее мнению, этому способствует то, что «данная единица в сжатом виде содержит некоторые знания о мире, то есть представляет собой когнитивное, интеллектуальное образование; всякое обращение к ПТ всегда является эмоционально-оценочным» (Наумова : 2004).

К. А. Костыгина в исследовании «Интертекстуальность в прессе (на материале немецкого языка)» анализирует проявление интертекстуальности в различных жанрах прессы и приходит к выводу о том, что внутритекстовые взаимодействия в каждом жанре имеют свою специфику. Так, из всех жанров наименьшим диапазоном используемых претекстов характеризуется информационное сообщение, в остальных же жанрах виды претекстов отличаются многообразием, что сближает их друг с другом (Костыгина 2003).

Е. П. Черногрудова выделяет следующие функции ПФ в газетных заголовках:

- 1) моделирующая (или номинативная) – обладающие ею ПТ дают словесную модель той или иной жизненной ситуации;
- 2) функция оценки;
- 3) расфокусирующая – ПФ позволяет не заострять особого внимания на основной и одновременно негативной информации;
- 4) декоративная – обусловлена желанием пишущего сделать свою речь более яркой и привлекательной для адресата;
- 5) стилизующая – ПФ служат маркерами определенной исторической эпохи;
- 6) символическая – ПФ приобретают генерализирующее значение;
- 7) апеллятивная – ПФ используется с целью подкрепления точки зрения автора ссылкой на авторитетный источник;
- 8) референционная – ПФ дополняет и детализирует пространство принимающего текста;
- 9) когнитивная – ее назначение сводится к закреплению, хранению и выражению итогов культурного опыта социума [Черногрудова 2003 : 56–57].

Заголовки, построенные с помощью ПФ, безусловно, выполняют общие функции, присущие данной части текста и выделенные в подпараграфе 1.3.2. настоящего исследования, а именно: номинативную, графически-выделительную, рекламную, информативную, оценочно-экспрессивную, интегративную, воздействующую, мнемоническую. При этом данный тип заголовка выполняет ряд специфических функций в силу наличия в их структуре ПФ, к которым относятся:

- 1) функция затемнения смысла – сокрытие за ПФ того, о чем пойдет речь в статье;

2) функция создания юмористической ситуации; 3) персуазивная – данная функция обусловлена тем, что «принятие метафор, заставляющих нас фиксировать внимание *только* на тех сторонах опыта, которые она высвечивает, приводит нас к суждению об *истинности* ее следствий» [Лакофф, Джонсон 2004 : 146]. Думается, что приведенное положение справедливо и для ПФ, поскольку они являются (но не отождествляются с метафорами) одним из способов хранения и передачи информации, ядром классификационной, познавательной деятельности на ряду с метафорами [Болдырев 2001 : 22].

Добавим также, что все перечисленные функции не существуют изолированно, они дополняют друг друга, и при анализе конкретного словоупотребления можно говорить лишь о большей или меньшей актуализации каждой из них.

Итак, понимание заголовка, построенного с помощью ПФ, – это сложный процесс соотнесения прежних знаний и мнений о мире и предмете, входящих в поле ПФ, с новым, о чем говорится в публикации. Это также сопоставление своих взглядов со взглядами автора, и в этом сложном взаимодействии нового и старого, общепринятого и неизвестного формируется особое восприятие заголовка, итог – собственное, личное понимание авторского высказывания.

### **1.3. Методика сопоставительного исследования прецедентных феноменов в заголовках российской и британской прессы**

Цель настоящего параграфа заключается в сопоставлении существующих методик исследования феноменов прецедентности / интертекстуальности в различных дискурсах, а также описание методики, применяемой в данной работе. Представленный обзор не претендует на всеохватность, но призван определить основные направления в изучении указанных единиц.

Одной из центральных проблем при функциональном подходе к исследованию ПФ становится проблема их классификации. В зависимости от выбранного в качестве доминантного признака и от имеющегося фактического материала возможно выделение различных групп ПФ. В качестве критериев для подобного опи-

сания Г. Г. Слышкин предлагает следующие: носитель прецедентности, текст-источник, инициатор усвоения, степень опосредованности [Слышкин 2000 : 70].

Наиболее традиционной является классификация по тексту-источнику. Однако традиционность в данном случае не означает избитости. Она обусловлена актуальностью изучения познавательно и эмоционально значимых текстов для представителей того или иного лингвокультурного сообщества, а также важностью определения того круга фоновых знаний, который необходим читателю для правильного и полного понимания соответствующих текстов (Нахимова 2005). Так, ряд исследователей говорит об ориентации журналистов на «среднего» (по возрасту и уровню образования) интеллигента, чей «диалект памяти» (Ю. Лотман) ограничен школьной программой по литературе, истории, штампами социальной и политической действительности 60–90-х гг, расхожими цитатами из Библии (Фатеева 1997; Левин 1992).

Проблема классификации ПФ по-разному решается в работах таких отечественных и зарубежных исследователей, как Ю. Н. Караулов, С. В. Банникова, В. Г. Костомаров и Н. Д. Бурвикова, Д. А. Качаев, С. Л. Кушнерук, Е. А. Нахимова, Е. Г. Ростова, Г. Г. Слышкин, А. Е. Супрун, Е. П. Черногрудова, Л. А. Шестак, W. Goodman, P. Lennon, и др. Как правило, основу классификаций составляют виды и жанры словесности.

Так, Ю. Н. Караулов обозначает следующие источники ПТ: 1) художественная литература; 2) мифы, предания, устно-поэтические произведения; 3) библейские тексты; 4) виды устной народной словесности (притча, анекдот, сказка); 5) публицистические произведения историко-философского и политического звучания. Важное место в составе ПФ занимают фольклорные произведения и русская, советская, мировая классика [Караулов 2007 : 216–217].

В работе, посвященной преподаванию русского языка как иностранного, Е. Г. Ростова определяет «источник возникновения» в качестве критерия, лежащего в основе классификации ПТ. Автор выделяет: 1) тексты, возникшие на русской культурной почве: русские фольклорные произведения, художественные авторские тексты или цитаты из них, имена персонажей, анекдоты, лозунги и т.п.; 2) инокультурные и иноязычные знаменитые цитаты, названия, изречения; тексты, написанные на иностранных языках, без перевода или с частичным переводом;

3) русские тексты, возникшие на основе иностранных, а также русские ПТ, причиной создания которых послужили общеизвестные, знаменитые факты и события истории и культуры других стран; 4) тексты, возникшие на основе международных «бродячих сюжетов» (преимущественно сказки); 5) тексты, возникшие на основе общечеловеческих ПТ (библейские сюжеты и мифы Древней Греции) [Ростова 1993 : 7–15].

А. Е. Супрун предлагает широкий подход к проблеме классификации текстовых реминисценций и считает, что данный корпус формируется: 1) фольклором; 2) Библией; 3) античной мифологией и литературой; 4) древнерусской литературой; 5) мировой литературой; 6) русской литературой; 7) детской литературой; 8) популярными песнями; 9) кинофильмами; 10) политическими текстами [Супрун 1995 : 23–25].

В процессе исследования фольклорных смеховых произведений русской культуры Г. Г. Слышкин приводит следующую классификацию ПТ: 1) политические плакаты, лозунги и афоризмы (социалистической и постсоциалистической эпохи); 2) произведения классиков марксизма-ленинизма и руководителей советского государства; 3) исторические афоризмы; 4) классические и близкие к классическим произведения русской и зарубежной литературы, включая тексты Библии; 5) сказки и детские стихи; 6) рекламные тексты; 7) анекдоты; 8) пословицы, загадки, считалки; 9) советские песни; 10) зарубежные песни [Слышкин 2000 : 72].

Иной принцип положен в основу классификации Е. А. Нахимовой при исследовании ментального поля в политической коммуникации. Автор выделяет три источника ПИ: 1) социальную субсферу, куда вошли политика, экономика, образование, религия, развлечения, медицина, война, криминал, спорт; 2) субсферу искусства, включающая литературу, театр, изобразительное искусство, музыку, архитектуру, мифологию, фольклор; 3) субсферу науки, а именно: физику, математику, биологию, химию, историю, географию, филологию [Нахимова 2004а : 51].

С. В. Банникова, проводя сравнительное исследование ПФ английских и русских художественных текстов, определяет следующий круг источников: 1) античная мифология; 2) религия; 3) топонимы; 4) культурная жизнь; 5) литературные произведе-

дения; 6) произведения других видов искусства; 7) история и политика; 8) язык; 9) мир природы [Банникова 2004 : 53–77].

На основе анализа цитации в заголовках современных газет Е. А. Земская выделяет следующие разновидности ПТ, используемых в заголовках: 1) стихотворные строки; 2) прозаические цитаты; 3) строки из известных песен; 4) названия художественных произведений; 5) названия отечественных и зарубежных кинофильмов; 6) пословицы, поговорки и крылатые выражения; 7) ходячие выражения эпохи социализма; 8) перифразы Священного Писания; 9) «интеллигентные игры» (тексты на иностранных языках, или тексты, ориентированные на иностранные цитаты, или тексты, написанные латиницей) [Земская 1996 : 159–167].

Л. А. Шестак, изучая образные употребления лексики в языке прессы конца 80–начала 90-х годов, обозначает три группы ПТ, к которым обращается русская языковая личность периода перестройки: 1) отвергаемые лозунги Октябрьской революции; 2) широкое чтение; 3) золотой фонд мировой литературы, то есть классика [Шестак 1996 : 113–121].

Е. П. Черногрудова, анализируя заголовки, содержащие ПТ, в центральной, региональной и местной прессе, выделяет 34 источника. К ним автор относит: 1) исторические лозунги и ПТ (фразы), связанные с мировой или национальной историей и культурой; 2) анекдоты; 3) цитаты из выступлений сатириков и юмористов; 4) популярные народные песни; 5) популярные эстрадные песни; 6) песни из кинофильмов; 7) песни из мультипликационных фильмов; 8) прочие музыкальные произведения; 9) популярные телепередачи и телевизионные игры; 10) рекламные тексты; 11) расхожие фразы и разговорные речения; 12) античные реминисценции; 13) афоризмы – изречения; 14) афоризмы – крылатые выражения; 15) афоризмы – крылатые строфы; 16) афоризмы – сентенции; 17) пословицы; 18) поговорки; 19) прибаутки; 20) библеизмы; 21) художественная проза; 22) драматургия; 23) басни; 24) поэмы и баллады; 25) лирические произведения; 26) сказки авторские; 27) сказки русские народные; 28) роман в стихах А. С. Пушкина «Евгений Онегин»; 29) произведение древнерусской литературы «Слово о полку Игореве»; 30) зарубежная литература; 31) художественные фильмы; 32) мультипликационные фильмы; 33) заимствованные устойчивые выражения (с переводом и без); 34) прочие

и неопознанные источники [Черногрудова 2003 : 65–79].

Исследуя социокультурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках российской прессы 2000–2006 гг., Д. А. Качаев выделяет три группы заголовков. Первая группа содержит социокультурный компонент и имеет отсылку к историческим фактам, мифам и легендам, современным общественно-политическим и культурным событиям и явлениям. Вторая группа включает интертекстуальный компонент, в нее входят: песни (авторские, эстрадные, из популярных кинофильмов, из мультипликационных фильмов); художественные произведения (романы, повести, рассказы, пьесы); стихотворные произведения; названия кинофильмов и фразы из них; рекламные тексты; названия телепрограмм и фразы из них; коммунистические лозунги и призывы; научные формулировки из области точных, естественных и гуманитарных наук; устойчивые выражения; названия произведений изобразительного искусства. К третьей группе заголовков, содержащих одновременно интертекстуальный и социокультурный компоненты, относятся: заголовки, отсылающие одновременно как к художественно-литературному произведению, песне или фильму, так и к историческим реалиям или современной действительности; заголовки, отсылающие к историческим фактам или легендам, зафиксированным в едином текстовом источнике [Качаев 2007 : 17–20].

Изучая газетный дискурс, Р. Л. Смулаковская указывает на широкий спектр литературных и социальных прецедентных элементов и выделяет следующие сферы-источники: 1) литературные произведения; 2) популярные песни; 3) кинофильмы; 4) паремиологический фонд русского языка; 5) клише советского политического дискурса. Также автор выявляет закономерности структурной трансформации ПВ в тексте (усечение, расширение, изменение модальности и др.) [Смулаковская 2004 : 113].

Neville W. Goodman, анализируя источники аллюзий в заголовках британских медицинских статей, выделяет следующие: 1) творчество У. Шекспира; 2) сказки Ганса Х. Андерсена; 3) произведения Л. Кэрролла; 4) пословицы; 5) Библия; 6) названия фильмов [Goodman 2005 / <http>].

Paul Lennon при исследовании корпуса аллюзий в британской прессе говорит о следующих источниках: 1) произведения У. Шекспира; 2) творчество Дж. Остин; 3) пословицы; 4) детские стихотворения, загадки; 5) гимны; 6) политика (в частно-



сти, отсылки к высказываниям Х. Клинтон) [Lennon 2004 / http].

Э. М. Аникина, исследуя лингвокультурную специфику реализации интертекстуальности в дискурсе англо-американских СМИ, акцентирует внимание на следующих характеристиках ПФ: 1) их стилистическом потенциале; 2) функциях в дискурсе СМИ; 3) роли в структурной организации газетного текста; 4) особенностях с позиций психолингвистики (Аникина 2004).

Е. О. Наумовой в связи с изучением функционирования ПТ в современном публицистическом дискурсе предлагается анализ ПТ по двум основным направлениям – адресата («образ читателя») и адресанта («образ автора»): 1) ПТ в обыденном языковом сознании (состав национального корпуса ПТ, способы их хранения в языковом сознании и варианты актуализации в дискурсе языковой личности, способы формирования концептов ПТ, ПТ в формировании ценностных установок); 2) ПТ в публицистическом дискурсе (их роль в формировании идиостиля творческой личности журналиста, в создании языковой игры, в формировании «имиджа» печатного издания). В первом случае материалом исследования послужили данные Русского Ассоциативного Словаря, во втором – тексты СМИ (Наумова 2004).

В. В. Красных (2002) и Е. А. Нахимова (2004б, 2007) разрабатывают полевую структуру ПФ, в которой выделяется центр и периферия. Центр составляют ПФ, апелляции к которым наиболее частотны в дискурсе определенного периода времени, то есть те, которые выражают наиболее актуальные ценности определенного лингвокультурного сообщества на конкретном этапе исторического развития. К периферии относятся те ПФ, которые потенциально существуют в когнитивной базе народа, но обращение к ним не является частотным. Е. А. Попова, анализируя интертекстуализмы (в нашем понимании прецедентные высказывания), предлагает иную полевую структуру, где ядро составляет маркированная цитата, периферию – косвенная речь и аллюзия (Попова 1995).

Ряд исследований посвящен анализу функций ПФ. Л. В. Балахонская, отмечает, что манипулятивная функция в рекламном дискурсе может воплощаться различными способами: сменой функциональной нагрузки, изменением модальности, имплицитным выражением того или иного смысла, обращением к языковой игре [Балахонская 2002 : 38–39]. О. А. Дмитриева приходит к выводу о том, что ПТ, «бу-

дучи сгустком культуры, содержит стереотип поведения, мировоззрение языковой личности» и, таким образом, воздействует на адресата [Дмитриева 1999 : 45]. Ю. А. Гунько, исследуя функционирование ПВ в разговорной речи, предлагает следующую методику: 1) определение синтаксических и семантических функций ПВ; 2) определение и описание механизмов реализации прецедентными высказываниями выявленных функций (оценочная, характеризующая, коммуникативная, конативная, экспрессивная) с учетом их целевого назначения в условиях реальной коммуникации (Гунько 2002).

Комплексные методики исследования интертекстуальности/прецедентности представлены в монографиях (Гудков 2003; Красных 2002, 2003; Слышкин 2000), публикациях (Смулаковская 2004) и диссертационных исследованиях российских ученых (Бирюкова 2005; Михайлова 1999; Пикулева 2003; Терских 2003).

В работах Д. Б. Гудкова и В. В. Красных в исследовании ПФ выделяются следующие этапы: 1) разграничение уровней прецедентности (социумно-прецедентные, национально-прецедентные и универсально-прецедентные феномены); 2) создание типологии ПФ (ПИ, ПВ, ПС, ПТ); 3) характеристика путей взаимосвязи между ПФ; 4) определение функций указанных феноменов (Гудков 2003; Красных 2002, 2003).

Некоторые исследователи обращаются к проблеме маркированности / немаркированности ПФ и создают типологии их маркеров (Н. С. Бирюкова 2005; Е. В. Михайлова 1999). Так, Н. С. Бирюкова приводит следующую классификацию: библиографическая ссылка, ссылка на автора, расширенная ссылка на автора, ссылка на название произведения, двойные ссылки, неопределенные ссылки, другие виды ссылок на источник, использование лексических и грамматических показателей не вполне традиционного смысла имени и графическое указание на прецедентность [Бирюкова 2005 : 35–41].

Несомненный интерес с точки зрения методики представляют собой исследования сопоставительного характера в политическом (Ворожцова 2007), публицистическом (Павликова 2005), рекламном (Илюшкина 2008, Кушнерук 2006, Чистова 2009) дискурсах. Так, С. Л. Кушнерук исследовала содержательно-семантические и функциональные свойства ПИ в российской и американской рекламе. Автор прихо-

дит к выводу, что использование ПИ в рекламном дискурсе различных лингвокультур соответствует особенностям механизмов речевого воздействия, свойственным каждой из национальных культур.

Актуальным в работах зарубежных авторов становится анализ интертекстуальности как взаимосвязи текстов в средствах массовой коммуникации (*media studies*), к которым относят рекламу, радио, кино, телевидение, массовую прессу (Agger 1999; Gardiner 2000; Goldman & Papson 1994; O'Donohoe 1997; Proctor, Papasolomou-Doukakis, Proctor 2002; Ott & Walter 2000). Широкое осмысление существования феномена интертекстуальности в масс-медиа представлено в работе G. Agger. Основываясь на идеях М. М. Бахтина, ученый выделяет четыре уровня интертекстуального анализа: 1) идея диалога, проявляющаяся в двойственной ориентации слов (*dual orientation of words*); 2) концепция жанра, применимая для выявления превращений (*metamorphoses*) современных масс-медиа; 3) концепция хронотопа, служащая целям изучения разнообразных пространственно-временных пересечений (*spatial and temporal intersections*), характерных для медиа-продукции; 4) идея карнавала, значимая для выявления специфики обратной интертекстуальности (*reverse intertextuality*), наиболее распространенной в контексте современных телевизионных жанров (Agger 1999 / [http](http://)). В более узком понимании интертекстуальность в текстах массовой коммуникации рассматривается: 1) как интерпретативная деятельность аудитории (*interpretive practice of audiences*), сопряженная с проведением и описанием результатов практических экспериментов (Bloome & King Dail 1997; Callahan 2002; Paxton / [http](http://); O'Donohoe 1997); 2) как стилистический прием, сознательно используемый производителями медиа-продукции.

При многообразии методик, существующих в отечественной и зарубежной науке, наблюдается недостаток сопоставительных исследований газетно-журнального дискурса, что усиливает эффект новизны настоящей работы. Представляется возможным суммировать накопленный эмпирический опыт и определить методику, согласно которой будет осуществляться настоящее сопоставительное исследование ПФ в заголовках российской и британской прессы:

1. Отбор газетных / журнальных текстов различных жанров в российской и британской прессе, заголовки которых содержат ПФ: информационных (заметка,

интервью, отчет, репортаж), аналитических (беседа, корреспонденция, статья, обзор, рецензия, комментарий), публицистических (зарисовка, очерк).

1. Отбор газетных / журнальных текстов в российской и британской прессе, заголовки которых содержат ПФ.

2. Изучение содержательно-семантических свойств ПФ, что включает:

а) определение сфер-источников культурного знания, к которым относятся ПФ, зафиксированные в заголовках российских и британских публикаций;

б) анализ полипрецедентных заголовков, выявление сфер-источников культурного знания, контаминация которых составляет их основу, определение механизмов создания полипрецедентности в заголовках;

в) определение временных периодов, к которым относятся ПФ, используемые в российской и британской прессе;

г) определение национально-культурных источников ПФ в заголовках российской и британской прессы.

3. Изучение прагматического потенциала ПФ и их когнитивных свойств в заголовках печатных СМИ России и Великобритании:

а) определение приемов введения ПФ в заголовки российской и британской прессы, анализ различных форм трансформаций, которым при этом подвергаются ПФ;

б) изучение функций ПФ в заголовках;

в) исследование взаимосвязи интертекстуальной единицы в позиции заголовка со смысловыми элементами публикации;

г) исследование механизмов воздействия посредством актуализации элементов когнитивной структуры ПФ в излагаемом материале публикации.

Выбранная методика сопоставительного изучения ПФ в заголовках российской и британской прессы соответствует требованиям когнитивно-дискурсивного подхода, применяемого в настоящем исследовании, и позволяет, на наш взгляд, осуществить комплексный подход к анализу указанных единиц как результату обработки когнитивно значимой информации, репрезентированной в языке и культуре.

## Выводы по главе 1

Анализ материала, составляющего теоретическую основу настоящего диссертационного исследования, позволяет сделать следующие выводы:

1. Феномен интертекстуальности возник в рамках постструктурализма и изначально получил развитие в литературоведении. Будучи предметом интереса многих исследователей, понятие «интертекстуальность» по-разному трактовалось в зависимости от теоретических и философско-методологических предпосылок, которыми руководствовались ученые. Однако при всем многообразии существующих концепций во всех дефинициях присутствуют некоторые инвариантные признаки, которые можно свести к следующему: интертекстуальность представляет собой соприкосновение в одном тексте двух и более текстов. Данное определение принимается в настоящем исследовании как рабочее.

2. На современном этапе развития лингвистики интертекстуальность рассматривается как особенность существования массовой культуры, произведений изобразительного искусства, музыки, театра, средств массовой коммуникации. Расширение теории интертекстуальности, вовлечение в круг изучаемых ею вопросов, не связанных напрямую со спецификой художественного творчества, а также лингвокогнитивный подход к языку, разработанный отечественными лингвистами (Д. В. Багаева, Д. Б. Гудков, Ю. Н. Караулов, В. В. Красных, И. В. Захаренко), обусловили возникновение и активное развитие теории прецедентности. В рамках указанного подхода, принятого в настоящем исследовании, интертекстуальность исследуется с точки зрения способности адресанта и адресата взаимодействовать между собой, оперируя культурно-значимой информацией, воплощенной в ПФ и составляющей инвариантную общенациональную и транснациональную части в сознании взаимодействующих субъектов.

3. Газетно-журнальный дискурс трактуется как связный письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов. Тексты СМИ, как и язык СМИ в целом, представляют

обобщенный совокупный образ национального языка, ментально-языковое пространство, в котором пересекаются, взаимодействуют фрагменты национальной картины мира, отраженные языковым сознанием личностей как автора, так и адресата. Исследуемый вид дискурса имеет ряд специфических функций (информационную, коммуникативную, оценочную и др.). Поскольку газетно-журнальный дискурс, в первую очередь, персуазивный, главенствующими становятся функции воздействия и формирования общественного мнения. Данный дискурс представляет собой дистантную форму коммуникативной деятельности, основные участники которого – представители средств массовой информации как социального института и массовая аудитория. Ориентируя текст на определенный образ читателя, автор апеллирует к единицам когнитивной базы последнего, которые представлены в виде ПФ.

4. Заголовок – обязательная структурно-композиционная категория газетного и журнального текста, при изучении которого выделяется два подхода. В рамках первого подхода заголовок – самостоятельная языковая структура, находящаяся вне текста, предваряющая его и стоящая над ним. В рамках второго заголовок – полноправный компонент текста, входящий в него и связанный с другими компонентами целостного произведения. Заголовок, занимая сильную позицию в тексте, выполняет ряд функций: номинативную, графически-выделительную, рекламную, информативную, оценочно-экспрессивную, интегративную, воздействующую, мнемоническую. Использование ПФ, с одной стороны, повышает экспрессивность газетно-журнального дискурса, а с другой – создает вертикальный контекст, усложняя речевое произведение журналиста, порождая многоплановость текста.

5. Обзор существующих методик, применяемых при изучении ПФ в различных дискурсах, позволил выявить некоторые закономерности в исследовании данных единиц (определение сфер-источников прецедентности, анализ структурных и семантических трансформаций ПФ, выявление маркеров прецедентности и др.). При сопоставительном исследовании ПФ в заголовках российской и британской прессы можно использовать разработанные методики с учетом корректировок, которые продиктованы целями и задачами настоящего исследования, а также спецификой газетно-журнального дискурса.

## **ГЛАВА 2. Содержательно-семантические свойства прецедентных феноменов в заголовках российской и британской прессы**

Данная глава посвящена анализу содержательно-семантических свойств ПФ, которые зафиксированы в заголовках прессы России и Великобритании с 2005 по 2009 гг. Необходимость данного исследования обусловлена следующим: автор, кодируя свое сообщение путем использования ПФ, предполагает, что адресат обладает необходимой экстралингвистической информацией, которая позволяет правильно интерпретировать замысел первого. Достижение указанной цели определяет композицию главы:

- выбирается основание для классификации ПФ по сферам-источникам культурного знания, и осуществляется анализ ПФ по данному параметру;

- вводится понятие полипрецедентности для представления более точной классификации ПФ в российской и британской прессе по сферам-источникам культурного знания;

- обосновывается необходимость темпоральной классификации практического материала, определяются ее критерии, и анализируются с этих позиций особенности корпусов ПФ российской и британской прессы;

- доказываемость целесообразности, и определяются критерии классификации ПФ в заголовках российской и британской прессы по национально-культурным истокам, сопоставляются и анализируются полученные результаты;

- на основе полученных данных определяются содержательно-семантические свойства ПФ, зафиксированных в заголовках российских и британских печатных СМИ, выявляются их общие и специфические черты.

### **2.1. Классификация прецедентных феноменов в заголовках российской и британской прессы по отношению к сферам-источникам культурного знания**

Анализ ПФ по сферам-источникам культурного знания является весьма актуальным в исследованиях интертекстуальных связей. Широкая распространенность данного подхода к систематизации корпуса ПФ объясняется его высокой результа-

тивностью. Данные, полученные в ходе такого анализа, несут важную информацию о фоновых знаниях представителя данного лингвокультурного общества, о его образе мысли, ценностных ориентирах на конкретном этапе исторического развития. Несомненный интерес имеет сравнительное исследование источников ПФ, используемых в российских и британских печатных СМИ, с целью определения общих закономерностей и выделения специфических черт, присущих фоновым знаниям адресатов прессы России и Великобритании.

Организация практического материала, принятая в параграфе, призвана выявить области культурного знания, актуальные для ПФ в исследуемых газетно-журнальных дискурсах, а также систематизировать родственные сферы-источники в общие блоки. На данном основании в заголовках печатных СМИ выделяются следующие блоки сфер-источников прецедентности: 1) история и политика; 2) искусство; 3) фольклор; 4) СМИ; 5) наука; 6) религия; 7) общество; 8) природные явления; 9) космос. Выявленные объединения в различной степени представлены в заголовках российской и британской прессы (8 и 9 блоков соответственно).

Перейдем к рассмотрению сфер-источников культурного знания, представленных в заголовках российской прессы.

### **2.1.1. Сферы-источники культурного знания в заголовках российской прессы**

Проведенная классификация фактического материала, зафиксированного в российской прессе, позволяет выделить 26 сфер-источников ПФ, входящих в 8 блоков. Проанализируем их согласно частоте представленности.

#### **1. Блок «Искусство» (48,9 %)**

##### **Сфера-источник «Литература» (23,6 %)**

В рассматриваемой сфере-источнике выделяются подгруппы:

##### **1. Проза**

– Названия произведений. Наиболее частотны отсылки к произведениям: «Война и мир», «Преступление и наказание», «Униженные и оскорбленные», «Кому на Руси жить хорошо», «Мертвые души», «Ночь перед Рождеством», «Повесть о том, как Иван Иванович поссорился с Иваном Никифоровичем», «Герой нашего



времени», «Палата № 6», «Что делать?», «На дне», «Собачье сердце», «Поднятая целина», «Хождение по мукам», «И дольше века длится день».

*На хуторе близ Тьфуславля* (Итоги, 19.01.09). «Вечера на хуторе близ Диканьки» – произведение Н. В. Гоголя.

*Мастер и Власть* (НВ, 21.05.06). Заголовок основан на трансформации названия романа М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита», опубликованного в 1966 г.

*Казни нашего времени* (АиФ, 5.09–11.09.07). При создании заголовка используется название романа М. Ю. Лермонтова «Герой нашего времени» (1840 г.).

– Строки из произведений («Анна Каренина», «Мертвые души» «Как закалялась сталь», «Песня о Соколе» и др.):

*Чтобы не было мучительно больно* (АиФ, 27.12–7.01.07). Заголовок представлен цитатой из произведения Н. А. Островского «Как закалялась сталь» (1934 г.).

*Все хорошие музеи счастливы одинаково* (НВ, 28.08.06). Заголовок является квазицитатой первых строк романа Л. Н. Толстого «Анна Каренина»: «Все счастливые семьи похожи друг на друга, каждая несчастливая семья несчастлива по-своему».

– Имена литературных героев (Шариков, Штольц, Царь Дадон, Каренина, Чичиков, Маргарита, Мастер, Тарас Бульба, Мальчиш-Плохиш):

*Почему Бобик умнее Шарикова* (Известия, 16.12.05). Шариков – герой произведения М. А. Булгакова «Собачье сердце», которому свойственны умственная ограниченность, моральное убожество, паразитизм.

*Гулливерский размер* (НВ, 30.10.05). Гулливер – герой серии сатирических произведений Джонатана Свифта (1721 г.), часто ассоциируется с гигантом.

2. Высказывания деятелей литературы (А. П. Чехов, А. Дюма):

*Зеркало души* (АиФ, 11.04–17.04.07). Выражение принадлежит А. П. Чехову.

*Шерше ля фам* (РВ, 5.03–18.03.08). Высказывание А. Дюма «Cherchez la Femme» подразумевает, что во всех бедах нужно искать женщину.

3. Публицистика (Н. М. Карамзин, Н. А. Добролюбов, П. Я. Чаадаев, И. С. Тургенев):

*Великий и могучий английский язык* (НВ, 20.11.05). В заголовке использованы строки из эссе И. С. Тургенева: «Ты один мне поддержка и опора, о великий, могучий, правдивый и свободный русский язык!».

4. Поэзия. В подгруппе наблюдаются отсылки к произведениям А. С. Пушкина, М. Ю. Лермонтова, Н. А. Некрасова, В. В. Маяковского.

– Названия поэтических произведений, строки из них («Смерть поэта», «Кому на Руси жить хорошо», «О, сколько нам открытий чудных...»):

Смерть поэта (НВ, 18.06.06). Название стихотворения М. Ю. Лермонтова «Смерть поэта», посвященного гибели А. С. Пушкина;

"О, сколько нам открытий чудных..." (АиФ, 14.02–20.02.07). А. С. Пушкин: «О сколько нам открытий чудных / Готовит просвещенья дух / И опыт, сын ошибок трудных, / И гений, парадоксов друг, / И случай, бог изобретатель...».

– Строки из поэтических произведений:

Я Казахский бы выучил. Только как? (РГ, 21.07.05). В заголовке содержатся трансформированные строки из стихотворения В. В. Маяковского «Нашему юношеству» (1927 г.): «Я русский бы выучил только за то, что на нем разговаривал Ленин».

Смеяться, право, не грешно (НВ, 12.11.06). Цитируются строки из послания Н. М. Карамзина к А. А. Плещееву (1794 г.): «Смеяться, право, не грешно! / Над всем, что кажется смешно».

5. Басни. Подгруппа представлена названиями и цитатами из басен И. А. Крылова «Мартышка и очки», «Зеркало и обезьяна», «Лебедь, рак и щука», «Слон и Моська».

Иван кивает на Петра (НВ, 12.02.06). Заключительные строки басни «Зеркало и обезьяна», где высмеивается привычка видеть пороки в других, не замечая их у себя.

Лебедь, рак и щука (РВ, 12.10.–18.10.05).

6. Драматургические произведения:

– Названия произведений А. С. Пушкина «Пир во время чумы», «Моцарт и Сальери»; А. Н. Островского «Гроза»; А. С. Грибоедова «Горе от ума»; А. П. Чехова «Вишневый сад», «Три сестры»:

Пир во время чумы (Итоги, 6.04.09) Используется название одной из «Маленьких трагедий» (1832 г.) А. С. Пушкина, написанной по мотивам поэмы (1816 г.) английского поэта Джона Вильсона «Чумной город».

Горе от ума (РГ, 28.07.06). Ср.: Горе от ума.

– Цитаты из указанных произведений:

*Почему медведи не летают* (НВ, 1.05.05). В заголовке использована трансформированная реплика Катерины из пьесы А. Н. Островского «Гроза»: «Почему люди не летают как птицы...».

*В деревню, к бабке, в глушь, лечится.* (АиФ, 23.08–28.08.06). При создании заголовка автор обращается к строкам из произведения А. С. Грибоедова «Горе от ума»: «В деревню, к тетке, в глушь, в Саратов».

7. Детская литература. Группа включает имена героев, строки и названия произведения А. С. Пушкина, С. В. Михалкова, Э. Н. Успенского, П. П. Бажова, Ш. Перро, Братьев Гримм, Л. Ф. Баума, А. Милне, Г. Х. Андерсена.

– Сказки («Сказка о золотом петушке», «Сказка о мертвой царевне и о семи богатырях», «Сказка о рыбаке и рыбке», «Руслан и Людмила», «Городок из табакерки», «Хозяйка медной горы», «Волшебник Изумрудного города», «Винни-Пух и все-все-все» «Спящая красавица», «Золушка», «Страна Оз», «Огниво», «Принц и нищий»:

*Кухарка медной горы* (НВ, 28.08.06). Заголовок создан на основе названия сказки П. П. Бажова «Хозяйка медной горы».

*И звезда во лбу горит...* (АиФ, 14.03–20.03.07). Цитата из сказки А. С. Пушкина о царе Салтане.

– Стихотворения. В группу входят стихотворения К. И. Чуковского, С. В. Михалкова, С. Я. Маршака, его переводы с английского языка:

*Детки - в "Сетке"* (АиФ, 28.03–3.04.07). Автор заголовка прибегает к трансформации названия детского стихотворения С. В. Михалкова «Детки в клетке».

*В Нижних Серьгах - газ! А у вас?* (АиФ, 27.12–7.01.07). Обыгрываются строки из стихотворения С. В. Михалкова «Дело было вечером, делать было нечего».

### **Сфера-источник «Киноискусство» (13,5 %)**

В указанную сферу-источник входят ПФ, имеющие наиболее частую отсылку к следующим фильмам: «Джентльмены удачи», «Бриллиантовая рука», «Кавказская пленница», «Королева бензоколонки», «Ирония судьбы, Или с легким паром», «Деревенский детектив», «Табор уходит в небо», «Москва слезам не верит», «Доживем до понедельника», «Белое солнце пустыни», «Служебный роман», «Неуловимые мстители», «Корона Российской Империи», «Пираты XX века», «Тени исчезают в полдень», «В бой идут одни старики», «Любовь и голуби», «Зимняя вишня», «Уса-

тый нянь», «Особенности национальной охоты», «Космос как предчувствие», «Страна глухих», «Бой с тенью», «Мелочи жизни» и др. Мы разделяем ПФ данной сферы-источника на следующие подгруппы:

– Имена героев фильмов:

*Ици, Мухтар!* (РГ, 26.03.08). Мухтар – герой фильма «Ко мне, Мухтар!», самоотверженная овчарка, готовая заплатить жизнью за любовь, выручает хозяина в опаснейших ситуациях, которые постоянно создает им нелегкая служба.

– Названия фильмов:

*Кошмар на улице Вязов* (АиФ, 30.05–5.06.07). «Кошмар на улице Вязов» – классический фильм ужасов о Фредди Крюгере (1984 г.),

*Семнадцать мгновений Зюганова* (РВ, 8.06–14.06.05). «Семнадцать мгновений весны» – многосерийный художественный фильм, классика советского кино.

– Реплики героев фильмов:

*Чтоб он жил на одну зарплату* (Российская газета, 26.08.05). Реплика из фильма «Бриллиантовая рука».

*Кина не будет!..* (НВ, 19.11.06). Реплика из фильма «Джентльмены удачи».

### **Сфера-источник «Музыка» (9,8 %)**

ПФ, относящиеся к указанной сфере-источнику, делятся на подгруппы:

1. Классическая музыка:

– Композиторы (И. С. Бах, В. А. Моцарт):

*Игорь Корнелюк: я, как и Бах, мастеровитый человек* (РГ, 1.03.06.). И. С. Бах (1685–1750 гг.) – немецкий композитор и органист, представитель эпохи барокко. Один из величайших композиторов в истории музыки.

*Полночный Моцарт* (НВ, 11.06.06). В. А. Моцарт (1756–1791 гг.) – австрийский композитор, инструменталист и дирижер, обладал феноменальным музыкальным слухом.

– Музыкальные произведения («Полет Валькирий», «Иоланта», «Жизнь за царя», «Прощание славянки»):

*Встретимся с Иолантой* (РГ, 1.03.06). «Иоланта» – героиня оперы П. И. Чайковского. Исцелилась от слепоты благодаря любви; ее образ является воплощением гуманистической идеи.

Жизнь за царя (РГ, 22.02.06). «Жизнь за царя» («Иван Сусанин») – опера М. И. Глинки (премьера 27 ноября (9 декабря) 1836 г., Большой театр); эталон народной любви к власти, который взяли за образец не только потомки Николая I, но и те, кто свергал царскую власть.

2. Популярная музыка является самой многочисленной подгруппой и представлена названиями песен и строчками из них:

Я боли разведу руками (АиФ, 23.08.–29.08.06.). Используется строчка из одноименной песни И. Аллегровой «Я тучи разведу руками».

В вашем блоге поселился... (Итоги, 6.04.09). Ср.: В нашем доме поселился замечательный сосед – строки из песни Э. Пьехи «Наш сосед».

3. Рок-музыка. В выделенную группу объединены ПФ, связанные так или иначе с указанным музыкальным направлением (рок-опера «Юнона и Авось», punk-rock группа «Ногу свело», песня «Скованные одной цепью» (группа «Наутилус Помпилиус»)):

Русская "Юнона" и американский "авось" (Известия, 25.01.06) «Юнона и Авось» – одна из наиболее известных русских рок-опер композитора А. Рыбникова на стихи поэта А. Вознесенского.

Ногу свело (РГ, 25.01.07). «Ногу свело!» – рок-группа, чьи песни носят веселый, пародийный, иногда абсурдной характер, что и переносится на общий тон газетной публикации.

4. Детские песни («Солнечный круг»):

Пусть всегда будут мама... (РГ, 21.03.07);

Солнечный круг, небо вокруг (АиФ, 6.06–12.06.07).

### **Сфера-источник «Живопись и скульптура» (1,4 %)**

Выделяются следующие подгруппы:

1. Названия картин. Наиболее частотны ссылки на названия полотен А. К. Саврасова «Грачи прилетели», Е. И. Репина «Не ждали», «Бурлаки на Волге», «Девушка с косой», В. В. Пукирева «Неравный брак», Ф. П. Решетникова «Опять двойка», К. С. Малевича «Черный квадрат».

Опять "двойка" (РГ, 13.07.05). На картине нарисован мальчик и его семья, расстроенная отметкой сына.

*Как же грачи прилетели?* (АиФ, 16.04–22.04.08). Заголовок создан на обыгрывании названия полотна А. К. Саврасова «Грачи прилетели» (1981 г.).

2. Имена скульпторов и живописцев (Н. Хагенауэр, И. К. Айвазовский, К. С. Малевич).

*От Дюрера до наших дней* (Итоги, 19.01.09). Альберт Дюрер – немецкий живописец и график, один из величайших мастеров западноевропейского искусства Ренессанса.

*Стал бы вторым Малевичем* (Известия, 26.01.06). К. С. Малевич (1878–1935 гг.) – основоположник супрематизма, одного из видов абстрактного искусства.

3. Имена меценатов. Подгруппа представлена именем Арманда Хаммера, подарившего Эрмитажу картины Франсиско Хосе де Гойи.

*Коллективный Арманд Хаммер* (НВ, 25.12.05).

### **Сфера-источник «Мультипликация» (0,6 %)**

Корпус ПФ, входящих в указанную сферу-источник, составляют названия и фразы из мультфильмов, не созданных по мотивам детских художественных произведений и комиксов.

*Ребята, давайте жить дружно* (НВ, 6.08.06). В заголовок вынесена известная фраза из серии мультфильмов о коте Леопольде производства «Союзмультфильм».

*Трое из "ларца"* (АиФ, 14.05–20.05.07). «Двое из ларца, одинаковы с лица» – герои мультфильма «Вовка в тридевятом царстве».

Итак, в рассмотренном блоке сфера-источник «Литература» наиболее востребована журналистами. Зафиксированы отсылки к разнообразным литературным жанрам (проза, поэзия, публицистика и др.). Наличие в заголовках цитат, часто в трансформированном виде, позволяет сделать вывод о том, авторы публикаций предполагают, что читатель обладает достаточно хорошими знаниями классической литературы и в состоянии разгадать предлагаемый ребус. Российский адресат хорошо знает классику советского кино. Как показывает анализ, статус прецедентности получили, прежде всего, названия фильмов, знаменитые герои и их высказывания. Фоновые знания российского читателя не ограничиваются только популярной музыкой, но включают некоторые представления о классической музыке, романах,

рок-музыке. Возможно также говорить о знании российским адресатом некоторых полотен, имен живописцев и скульпторов.

## **2. Блок «Фольклор» (19,9 %)**

Блок представлен следующими сферами-источниками:

### **Сфера-источник «Пословицы и поговорки» (17,2 %)**

Под пословицами мы понимаем устойчивые народно-разговорные выражения поучительного, назидательного характера, а под поговорками – устойчивые народно-разговорные выражения, лишённые поучительного, назидательного смысла, которые употребляются лишь как средство речевой изобретательности. Широкое использование пословиц и поговорок обусловлено их речевым лаконизмом, выразительностью, образностью и меткостью.

*Договор дороже рыбы* (НВ, 4.06.06). Ср.: Договор дороже денег.

*Один в банке не доллар* (АиФ, 16.05–22.05.07). Ср.: Один в поле не воин.

### **Сфера-источник «Народные сказки и легенды» (2,6 %)**

1. Сказочные атрибуты (живая и мертвая вода, скатерть-самобранка, молочные реки, кисельные берега, блюдечко с золотой каемочкой, репка):

*Водка "живая" и "мертвая"* (АиФ, 1.11–7.11.06);

*Пиджак-самобранка* (АиФ, 1.08–7.08.07). Скатерть-самобранка – волшебная скатерть, которую достаточно развернуть, чтобы она была уставлена разнообразными яствами.

2. Имена персонажей (Емеля, Илья Муромец, Снегурочка, Три Богатыря, Леший, Дед и Баба, Кощей, Три Медведя, Лягушка Царевна):

*Зовите меня Илья "Муромец"* (Известия, 27.01.06). Илья Муромец – герой русской народной сказки, богатырь, просидевший на печи 30 лет.

*Миша и медведь* (НВ, 5.03.06). Ср.: Маша и медведь – герои русской народной сказки.

3. Цитаты («Принеси то, не знаю что», «Несолоно хлебавши», «К лесу задом – ко мне передом», «Ловись, рыбка, большая и маленькая», «По щучьему веленью», «Не пей из копытца, козленочком станешь», «Бабка за дедку», «Кто в теремочке живет?», «Утро вечера мудренее», «Посадил дед репку» и др.):

*Не пей грузинское, козлом станешь* (НВ, 18.06.06). Представлена трансформированная строчка из сказки «Сестрица Аленушка и братец Иванушка».

*К Западу - передом, к России...* (АиФ, 14.03–20.03.07). Традиционные слова-обращения к избушке на курьих ножках: «Избушка, избушка, повернись к лесу задом, ко мне – передом»,

4. Легенды (об Атлантиде, Летучем Голландце и др.):

*Требуется дамоклов меч* (НВ, 30.04.06). Дамоклов меч – нависшая над кем-либо постоянная угроза при видимом благополучии (источник: древнегреческое предание о сиракузском тиране Дионисии Старшем и его приближенном Дамокле).

*Везучий голландец* (КВ, 26.12.07). Обращение к средневековой легенде о Летучем голландце, корабле-призраке, обреченном никогда не пристать к берегу. Встреча с ним предвещала смерть в море.

### **Сфера-источник «Анекдоты» (0,1 %)**

Данная сфера представлена ПФ:

*Колобок повесился. А кто видел?* (АиФ, 18.06–24.06.08);

*Или осел подойдет, или шах...* (АиФ, 11.06–17.06.08).

Итак, в российском газетно-журнальном дискурсе высокочастотны апелляции к народному творчеству, что указывает на его авторитетность в российском лингвокультурном обществе.

### **3. Блок «История и политика» (15,8 %)**

**Сфера-источник «Мировая история и политика» (14,9 %).** Необходимость объединения истории и политики в одну сферу-источник продиктована тем, что указанные области тесно переплетены. С одной стороны, политические события в ретроспективе являются историей, политика играет большую роль в создании мировой истории; с другой – история представляется более широким понятием, чем политика. В данную сферу-источник включены следующие подгруппы:

1. Политические слоганы, отображающие определенную историческую эпоху («Пролетарии всех стран, объединяйтесь!», «Верной дорогой идете, товарищи!», «Ленин жил, Ленин жив, Ленин будет жить!», «Пьянству – бой!», «Мир, Труд, Май!», «Пионер всегда готов!», «Говорим – Ленин, подразумеваем – партия, говорим – партия, подразумеваем – Ленин!», «Землю – крестьянам, заводы – рабочим!»):



*Земля – крестьянам и деньги – тоже* (РГ, 15.03.08) Ср.: «Землю – крестьянам, фабрики – рабочим».

*Северной дорогой идете, товарищи!* (КВ, 23.10.06).

2. Изречения политиков и исторических личностей («Мы покажем Кузькину мать», «Хотели как лучше, получилось как всегда»):

*Почем "кузькина мать"?* (АиФ, 29.10–4.11.08). Ссылка на знаменитое обещание Н. С. Хрущева «показать кузькину мать» враждебно настроенным странам (15 Ассамблея ООН 21.09.60.), идиоматическое выражение угрозы.

*Хотели как всегда, и вышло как всегда* (НВ, 16.01.05). Трансформирована фраза В. С. Черномырдина «Хотели как лучше, а получилось как всегда».

3. Цитаты из политической литературы:

*Зюганов бродит по Европе* (Известия, 25.01.06). «Призрак бродит по Европе, призрак коммунизма» – первая фраза из «Манифеста коммунистической партии», написанного в 1848 г. К. Марксом. Фраза применяется для описания ситуации, в которой потенциальная угроза может исполниться, некое вероятное явление – стать реальностью.

*Управлять государством у кухарки не получится* (РГ, 28.02.07). Используется ссылка на статью В. И. Ленина «Удержат ли большевики государственную власть?»: «Мы знаем, что любая кухарка не способна сейчас вступить в управление государством». В 1925 г. на основе статьи создан плакат «Каждая кухарка должна научиться управлять государством».

4. Исторические и политические события (Призвания варяг 862 г., Крещение Руси 988 г., Крестовые походы, Ледовое побоище 1242 г., Куликовская битва 1380 г., Смутное Время к. 16–н. 17 вв. Бородинское сражение 1812 г., Восстание декабристов 1825 г., Кровавое Воскресенье 1896 г., Октябрьская революция 1917 г., Взятие Зимнего и др.):

*Путин прорубает окно в Азию* (Известия, 14.12.05). Выражение «прорубить окно в Европу» связано с политикой Петра I, ориентированной на Запад.

*"Октябрьская революция" в Ватикане* (НВ, 30.10.05). Ссылка на Октябрьскую революцию 1917 г., которая привела к изменению государственного строя в стране.

5. Исторические реалии (Шапка Мономаха, Крейсер Аврора, ГУЛАГ, Пятилетка, Железный занавес, Коммуналка, Перестройка):

*Пятилетка демократизации Ирака* (АиФ, 19.03–25.03.08). В СССР термин «пятилетка» был введен для названия государственных перспективных планов экономического и социального развития.

*Шенгенский забор вместо "Железного занавеса"* (РВ, 27.04.05). Понятие «Железный занавес» введено премьер-министром Великобритании У. Черчиллем и обозначает информационный, политический и пограничный барьер, отделяющий возведенный социалистические страны от капиталистических стран Запада

6. Исторические личности, политические лидеры (Рюрик, Чингисхан, Тамерлан, Сусанин, Петр I, Екатерина I, Наполеон, Чапаев, Столыпин, Троцкий, Александра Федоровна, В. И. Ленин, И. В. Сталин и др.):

*Екатерина Великая* (РГ, 18.01.07). Екатерина II (1729–1796 гг.) – российская императрица с 1762 по 1796 гг.

*Как убежать от Гришки Отрепьева* (РВ, 27.04.05). Г. Б. Отрепьев – беглый дьякон московского Чудова монастыря, выдававший себя за сына Ивана IV – Дмитрия.

7. История Древнего Мира

– Исторические события:

*Грянет ли новое "переселение народов"* (РВ, 29.06–5.07.05). В заголовке использована ссылка на передвижение в IV–VII вв. германцев, славян и других племен на территории Римской империи.

*Центры "Хлеба и зрелищ"* (РВ, 16.03–22.03.05). Выражение «Хлеба и зрелищ» принадлежит римскому сатирику Ювеналу (I–II вв.) и выражают суть политики римских государственных деятелей, стремившихся путем подкупа и различных представлений удержать власть.

– Латинские крылатые выражения:

Корпус ПФ, составляющих рассматриваемую подгруппу, представлен на русском языке и на языке оригинала: «Через тернии к звездам», «Бойтесь данайцев, дары приносящих», «О времена, о нравы!», «In vino veritas», «Veni, vidi, vici».

*О времена, о нравы!* (НВ, 21.05.06). Выражение принадлежит римскому политическому деятелю, оратору Цицерону (106–143 гг. н.э.), выражающему критику падения нравов той эпохи.

*Veni, vidi, vici* (НВ, 5.03.06). Фраза принадлежит римскому императору, полководцу Гаю Юлию Цезарю (102–144 гг до н.э.), охарактеризовавшему так свою победу над царем Боспорского царства Фарнаком II. Идиоматически означает быструю и решительную победу, успех в каком-либо деле.

### **Сфера-источник «Государственная символика» (0,9 %)**

Под государственной символикой мы понимаем официальные (гимны, гербы) и неофициальные символы (в частности, топонимы) того или иного государства или национальности, которые закрепились в когнитивной базе читателей прессы. В связи с этим выделяются подгруппы:

1. Официальные символы («Серп и молот», «Союз нерушимый», «Король умер, да здравствует король!»):

*Монополист "умер". Да здравствует тарифный беспредел?! (АиФ, 2.07–8.07.08).* Король умер, да здравствует король! – с помощью фразы в некоторых европейских монархиях извещали о смерти короля и восхождении на престол наследника.

*Герб и молот (РГ, 20.03.08).* Серп и молот – элементы, входящие в герб СССР.

2. Неофициальные символы (Батька, русский медведь, овсянка, страна восходящего солнца):

*Страна восходящего солнца – Россия (АиФ, 2.07–8.07.08).* Традиционно под «Страной восходящего солнца» понимается Япония.

*Не будите русского медведя (РВ, 1.06–7.06.07).* Медведь относится к ряду устойчивых символов России и «русскости», ставший самым понятным и востребованным атрибутом России для западного сознания.

Как показывает анализ рассмотренного блока, при создании заголовка публикации журналисты часто обращаются к прецедентам из мировой истории и политики. Поскольку газетные и журнальные тексты исследуемых нами изданий посвящены, прежде всего, политическим событиям, то данный прием представляется эффективным.

#### 4. Блок «Религия» (6,2 %)

Основными религиями, представленными в РФ, являются христианство (преимущественно православие), ислам, иудаизм и буддизм (Wikipedia / http). По данным Всероссийского Центра Изучения Общественного Мнения, 50 % населения РФ считают себя верующими, из них 75 % – православные христиане, 8 % – мусульмане, 1 % – католики, 2 % – протестанты (Wikipedia / http).

##### Сфера-источник «Христианство» (4,7 %)

Анализ собранного материала показал: большинство ПФ, составляющих указанную сферу культурного знания, христианского происхождения, что нашло отражение в приведенной выше статистике. Нами определены следующие подгруппы:

1. Строки из Священного Писания («По образу и подобию Божию», «Время разбрасывать камни, и время собирать камни», «В начале сотворил Бог», «Кесарю кесарево», «Метать бисер», «Козел отпущения», «И последние станут первыми», «Неисповедимы пути Господни», «До первой звезды», «Глас вопиющего в пустыне», «Манна небесная», «Почитай родителей своих»):

*По образу и подобию* (НВ, 13.03.05). Строки взяты из первой книге Моисеевой «Бытие» (Ветхий Завет) при описании создания Богом человека.

*Время собирать камни* (РВ, 23.02–1.03.05). Цитата из Книги Екклесиаста, или Проповедника (Ветхий Завет): «Всему свое время, и время всякой вещи под небом. Время разбрасывать камни, и время собирать камни».

2. Имена из Священного Писания (Каин, Адам, Иисус, Царь Ирод, 12 апостолов, Саломея):

*Юбилей царя Ирода* (РВ, 9.11–15.11.05). Согласно Новому Завету, Иисус родился в Вифлееме во время правления царя Ирода. Последний, узнав о рождении Царя Иудейского, решил умертвить новорожденного царя и приказал убить в Вифлееме всех младенцев младше двух лет.

*Галатея в рифму к Саломее* (Известия, 23.12.06). Саломея, согласно Новому Завету, имя иудейской принцессы, которая потребовала убить проповедника Иоанна Крестителя и принести ей на блюде его голову.

3. Имена Святых, проповедников (Святой Себастьян, Савонарола):

*Исламский Савонарола* (НВ, 10.07.05). Савонарола – знаменитый итальянский проповедник и общественный реформатор, известен речью против роскоши женских нарядов, после которой все дамы перестали надевать в церковь украшения.

*Возвращение Святого Себастьяна* (НВ, 12.11.06). Святой Себастьян – известный святой и великомученик (III–IV веках н. э. в Риме), за проповедь христианства был пронзен стрелами. В таком образе изображается художниками.

4. События, описываемые в Библии (Сотворение мира, Изгнание из Рая, Яблоко раздора, Вавилонское столпотворение, Всемирный Потоп, Явление Христа, Распятие на Голгофе, Второе Пришествие, Судный День, Страшный Суд):

*Изгнания из политического рая* (РГ, 20.01.07). Согласно Ветхому Завету, Бог изгнал Адама и Еву из Рая после совершения ими первородного греха. В переносном смысле – изгнание из некоего идеального места за совершенный проступок или несоответствие стандарту.

*Второе пришествие Андрея Звягинцева* (АиФ, 16.05–22.05.07). В Новом Завете говорится о втором пришествии Сына Божьего на землю, когда Христос будет судить мир.

#### **Сфера-источник «Мусульманство» (0,3 %)**

В сферу-источник входят ПФ, относящиеся к исламу (мечеть, Магомет):

*Магомет против Вольтера* (НВ, 12.02.06). Используется имя мусульманского пророка Мухаммада (возможная транскрипция Мохаммед, Магомет) – центральной фигуры ислама после единого Бога.

*Мечеть Христа Спасителя* (РВ, 14.09–20.09.07). В исламе мечеть – культовое сооружение, место вознесения молитв Аллаху.

#### **Сфера-источник «Мифология» (1,2 %)**

Целесообразно включить указанную сферу-источник именно в блок «Религия», так как мифология представляет собой ее древнюю форму. Выделена следующая подгруппа:

– Имена богов и героев греческой мифологии (Геракл, Прометей, Фемида, Нарцисс, Галатя, Гигея, Афродита):

*Уральская Гигея* (РГ, 15.02.07). Гигея – греческая богиня здоровья.

*Геракл еще может тряхнуть мускулами* (РВ, 12.10–18.10.05). Геракл – герой греческой мифологии, сын Зевса и смертной женщины Алкмены. Дифференциальный признак ПИ – сила.

Как показывает анализ, в фоновые знания российских читателей входят также представления о древнегреческой мифологии. Высокий процент ПФ, имеющих религиозное происхождение, указывает на возрастание значимости христианства в российском лингвокультурном обществе. Думается, что зафиксированное изменение связано с появлением поколений, не испытавших влияние советского периода отечественной истории относительно этого вопроса.

**5. Блок «Общество» (5,2 %).** Объединены сферы-источники, имеющие социальную направленность, относящиеся к различным аспектам жизни общества.

**Сфера-источник «Детские игры, считалки» (1,5 %)**

Выделяются следующие подгруппы:

1. Детские игры и куклы (третий лишний, прятки, Ванька-встанька; Барби):

*Кто не разделился – я не виноват* (РВ, 21.09–27.09.07). Изначальная фраза «Кто не спрятался, я не виноват» детской игры «Прятки».

*Ваньки-встаньки* (НВ, 17.07.05). Ванька-встанька – кукла в виде округлой фигурки, которая из-за находящейся в нижней ее части тяжести принимает только стоячее положение.

2. Считалки («На золотом крыльце сидели», «А и Б сидели на трубе», «Раз, два, три, четыре, пять – вышел зайчик погулять», «Камень, ножницы, бумага»):

*Смятение сидящих на трубе* (НВ, 22.10.06). Используется ссылка на детскую считалку «А и Б сидели на трубе».

*Вышел зайчик погулять* (АиФ, 6.06–12.06.07).

**Сфера-источник «Общественные слоганы и поздравления» (1,0 %)**

Рассматриваемую сферу-источник составляют общественные слоганы и традиционные формулы поздравлений, которые представляют собой широкое поле для вариаций.

1. Общественные слоганы:

*Минздрав предупреждал - Новый год опасен для нашего здоровья* (Известия, 12.01.06). Ср.: Минздрав предупреждает – курение опасно для вашего здоровья.

Заплати налоги - расскажи соседу (РВ, 21.12.05). Ср.: Заплати налоги и спи спокойно.

2. Поздравления («С Новым годом», «Совет Вам да любовь»):

С новым гастарбайтером! (РГ, 2.03.06);

Госсовет вам да любовь (РВ, 24.01.–30.01.07).

### **Сфера-источник «Образование» (0,9 %)**

Корпус ПФ сферы-источника составляют школьные реалии, правила, теоремы: работа над ошибками, домашнее задание, учебный план, умножение в уме, уравнения, теорема Пифагора, переменная слагаемых, «из пункта А в пункт В», «неуд», троичник):

Уравнение со многими неизвестными (НВ, 1.10.06);

Постановлением правительства теорему Пифагора считать доказанной (НВ, 1.10.06).

### **Сфера-источник «Военная служба» (0,7 %)**

В выявленную сферу-источник входят команды и их вариации: «Пост сдал, пост принял», «Рота, подъем!», «Свистать всех наверх!», «Стой, стрелять буду!»:

Город сдал, область принял (РГ, 20.03.08);

Свистать всех в музей (НВ, 30.10.05).

### **Сфера-источник «Экономика» (0,6 %)**

ПФ, входящие в выявленную сферу-источник, представлены названиями крупных российских компаний (ОПЕК, Русский Дом Селенга, ЮКОС), именами олигархов (М. Б. Ходорковский, Р. А. Абрамович). Зафиксирована ПС «Призрак 90-х», подразумевающая экономический спад в России в указанный период.

Русский дом Селенга–2 (НВ, 22.10.06). Русский Дом Селенга – финансовая компания (открылась в 1992 г.). Заключила с гражданами около 2 млн 400 тыс. договоров и невыполнила взятые на себя обязательства. В 1995 г. заведены уголовные дела на руководителей компании.

Зачатие "газовой" ОПЕК (АиФ, 11.04–17.04.07). ОПЕК – картель, созданный нефтедобывающими державами для стабилизации цен на нефть.

### **Сфера-источник «Спорт» (0,4 %)**

1. Трансформации известной фразы «О спорт, ты – мир», которая принадлежит Пьеру де Кубертэн, основателю современного олимпийского движения:

*О спорт, ты – скандал!* (НВ, 16.01.05.).

2. Вид физических упражнений, спорта (Бег на месте, бои без правил):

*Политика – это бои без правил* (Известия, 27.01–29.01.06).

### **Сфера-источник «Теракты, катастрофы» (0,1 %)**

К выделенной сфере-источнику относятся ПФ «Чернобыль», «Аль-Каида».

*Город богов – допотопный Чернобыль?* (АиФ, 11.06–17.06.08). Ядро ПИ «Чернобыль» – авария на АЭС, произошедшая 26 апреля 1986 г. в этом городе.

*Наша "Аль-Каида"* (НВ, 28.08.05). Аль-Каида – международная террористическая организация ваххабитского направления ислама.

Несмотря на то, что проанализированный блок детально структурирован и отражает различные стороны жизни общества, он является одним из наименее активных источников прецедентности в российских заголовках.

### **6. Блок «СМИ» (2,8 %)**

#### **Сфера-источник «Радио и телевидение» (2,2 %)**

Данная сфера-источник культурного знания имеет следующие подгруппы:

1. Названия телепередач и телепроектов («Пока все дома», «Как это было», «Сам себе режиссер», «Короткое замыкание», «За стеклом», «Пусть говорят!», «Поле чудес»):

*Сам себе режиссер* (АиФ, 7.02–13.02.07). «Сам себе режиссер» – семейное шоу, посвященное домашнему видео (с 1992 г.). Название передачи послужило основой различных трансформаций, используемых в заголовках.

*За стеклом* (АиФ, 19.03–25.03.08). Реалити-шоу «За стеклом» (2001 г.) – первый проект на российском телевидении, формат которого предполагает on-line наблюдение за участниками шоу.

2. Имена героев телепередач (Филя, Хрюша):

*Шашлык из Хрюши? Из Фили!* (АиФ, 6.06.–12.06.07.) Хрюша и Филя – постоянные герои детской телепередачи «Спокойной ночи, малыши!» и хорошо знакомы многим поколениям российских телезрителей.



3. Клише теле- и радиоэфиров. Подгруппу составляют трансформации выражения «Говорит и показывает Москва»:

*Говорит и показывает ТРО* (РГ, 22.02.07);

*"Говорит и доказывает телевизор"* (РВ, 16.02–23.02.05).

4. Названия сериалов:

*Секс в большой "Формуле"* (Известия, 9.12.05). В основу заголовка положено название популярного американского сериала «Секс в большом городе».

*Звезды тоже страдают* (АиФ, 16.04–22.04.08). Трансформировано название первого мексиканского сериала на российских экранах «Богатые тоже плачут».

#### **Сфера-источник «Реклама» (0,5 %)**

Наиболее продуктивные модели: «Имидж – ничто, жажда – все» (реклама напитка «Sprite»), «Не тормози, сникерсни», «Шок – это по-нашему!», «Сделай паузу, скушай Twix» (реклама шоколадных батончиков «Snickers», «Шок», «Twix»), «Шампунь и бальзам в одном флаконе» (реклама шампуня «Wash & Go»), «Yupi – просто добавь воды» (реклама растворимого напитка).

*Сникерснул - и непорядок?* (АиФ, 28.03–3.04.07);

*Просто добавь воды* (Итоги, 13.04.09).

#### **Сфера-источник «Интернет» (0,1 %)**

Корпус рассматриваемой сферы-источника составляет ПФ:

*Не только "Одноклассники.ру"* (АиФ, 30.07–5.08.08). «Odnoklassniki.ru» – популярный портал для общения, изначально созданный для поиска знакомых и бывших одноклассников.

Проанализированный блок «СМИ» имеет низкую частотность. Это можно объяснить тем, что анализируемые феномены становятся прецедентными на короткий срок: только названия передач (и их герои), выходящие в эфир на протяжении долгого периода, могут войти в корпус ПФ исследуемого лингвокультурного общества. Сфера-источник «Реклама» становится продуктивной в России в 90-е годы XX века, и, как показывает анализ, именно первые рекламные слоганы как нечто новое закрепились в фоновых знаниях его представителей.

#### **7. Блок «Наука» (1,1 %)**

Выделенная культурная сфера включает в себя следующие подгруппы:

1. Имена ученых, мыслителей (Гиппократ, Цицерон, Сократ, И. Ньютон, А. Эйнштейн, А. Б. Нобель, М. В. Ломоносов):

*Как найти Ломоносова* (АиФ, 30.05–5.06.07). М. В. Ломоносов (1711–1765 гг.) – первый русский ученый-естествоиспытатель мирового значения, поэт, заложивший основы современного русского литературного языка.

*Цицерон в Брюсселе* (НВ, 10.07.05). Цицерон (106–43 до н.э.) – древнеримский политик и философ, блестящий оратор.

2. Научные понятия, изобретения, премии (кандидатский минимум, рычаг Архимеда, законы Ньютона, Нобелевская премия):

*Глокая куздра общей судьбы* (НВ, 12.11.06). «Глокая куздра штеко будланула бокра и курдячит бокренка» – искусственная фраза русского языка, созданная Л. В. Щербой, смысл которой понятен, несмотря на бессмысленные сочетания звуков.

*Нобелевка по музыке, или как ожидают варваров* (НВ, 11.09.05). Нобелевская премия присуждается ежегодно (с 1901 г.) за работы в области физики, химии, медицины, экономики, литературы, за деятельность по укреплению мира.

## **8. Блок «Космос» (0,1 %)**

*Китайские Гагарины* (НВ, 13.11.05). Ю. А. Гагарин (1934–1968 гг.) – летчик-космонавт СССР, первый человек, совершивший полет в космическое пространство.

Итак, проведенная классификация позволила выявить сферы-источники культурного знания, отсылка к которым наблюдается в заголовках печатных российских СМИ; объяснить их высокую / низкую представленность в данном дискурсе, и, следовательно, определить фоновые знания представителей русского лингвокультурного общества, к которым обращаются журналисты при создании заголовков. Далее перейдем к рассмотрению сфер-источников ПФ в заголовках британских газет, что даст в дальнейшем возможность выявить культурные отличия.

### **2.1.2. Сферы-источники культурного знания в заголовках британской прессы**

Анализ ПФ, зафиксированных в заголовках британских печатных СМИ, позволил выделить 28 сфер-источников культурного знания, относящихся к 9

блокам.

### 1. Блок «Искусство» (39,7 %)

Как показывает анализ корпуса ПФ, зафиксированных в британской прессе, наиболее значимой в исследуемом блоке является сфера-источник «Литература» (17,3%), которая включает следующие подгруппы:

#### 1. Проза

– Названия произведений. Наиболее частотными являются *The Canterbury Tales*, *Gulliver's Travels*, *Straight Road*, *Heart of Darkness*, *Christmas Carol* и др.

*A tale of two Mexicos* (The Economist, April 24, 2008). «A tale of Two Cities» – исторический роман Ч. Диккенса, начинается с почти стихотворного каданса, задающего ритм противопоставлений, который пронизывает всю книгу, – между верхами и низами, аристократией и парижским «дном», любящими и ненавидящими, Парижем и Лондоном.

*Outrage as kids reality TV takes on 'Lord of the Flies'* (The Independent, July 20, 2007). «Lord of the Flies» – аллегорический роман У. Голдинга, повествующий о жестокости детей, оказавшихся на необитаемом острове.

– Имена писателей (Jane Austen, Charles Dickens, J. K. Rowling):

*A Jane Austen state of mind* (The Times, August 30, 2006). Jane Austen (1775–1817 гг.) – английская писательница, чьи произведения отличаются реализмом, иронией, острой критикой социальных проблем.

*Next J. K. Rowling* (The Times, August 30, 2007) – английская писательница, автор популярной серии детских книг о Гарри Поттере.

2. Поэзия. В подгруппу входят строки из стихотворений, авторами которых являются William Blake, Gerard Manley Hopkins, Laurence Binyon, Edgar A. Guest и др.

*Oh rose, thou art sick* (The Economist, September 4, 2008). В заголовке цитируются первые строки стихотворения У. Блейка «The Sick Rose»: «O Rose, thou art sick», в котором говорится о смерти розы из-за червя, который был прельщен ее красотой.

*The father of the man* (The Economist, August 30, 2007). В примере используется усеченное название стихотворения «The child is father to the man» (автор Gerard Manley Hopkins).

3. Драматургические произведения. Подгруппу составляют произведения У. Шекспира, которые получили выражение в следующих формах:

– Названия произведений («The Taming of the Shrew», «A Midsummer Night's Dream», «Much Ado about Nothing»):

*A midsummer night's dream* (The Economist, June 12, 2003);

*Much ado about pollack* (The Economist, June 21, 2007).

– Цитаты из произведений «Hamlet», «Othello», «Antony and Cleopatra», «Romeo and Juliet», «Julius Caesar».

*Friends, thetans, countrymen* (The Daily Telegraph, September 9, 2007). В примере использовано трансформированное начало обращения Антония к плебеям на могиле Цезаря из произведения «Julius Caesar». Ср: Friends, Romans, Countrymen.

*What's in the journals* (The Economist, October 30, 2007). Используется трансформированная цитата из трагедии «Romeo and Juliet». Ср: «Juliet: What's in a name? That which we call a rose / By any other name would smell as sweet».

4. Басни. Выявленный литературный жанр представлен в корпусе ПФ британских СМИ баснями Эзопа «The Tortoise and the Hare», «The Goose That Laid the Golden Eggs», «The Four Oxen and the Lion», «The Fox and the Grapes».

*The tortoise and the hare* (The Economist, March 19, 2008);

*In search of a golden egg* (The Economist, December 29, 2005). Аллюзия на басню Эзопа «Гусыня, которая несла золотые яйца».

5. Детская литература. Поскольку литературные произведения, составляющие рассматриваемую подгруппу, были экранизированы и по ним созданы мультфильмы, можно предположить, что для среднего представителя британского лингвокультурного общества на когнитивно-тезаурусном уровне данные ПФ представляют собой контаминацию ментальных сфер-источников «Киноискусство» и «Мультфильмы». В связи с этим они будут рассмотрены в параграфе 2.3.2. настоящего исследования.

### **Сфера-источник «Киноискусство» (11,6 %)**

Сфера-источник также весьма востребована в современном газетно-журнальном дискурсе Великобритании. Наиболее частотны отсылки к следующим фильмам: «A nightmare on Elm Street», «Scent of a Woman», «Last Tango in Paris»,

«It's a Mad, Mad World», «Mission Impossible», «Lawrence of Arabia» и др. Выделяются следующие подгруппы:

1. Названия фильмов:

*Markets continue to weaken worldwide: A Nightmare on Wall Street* (The Economist, August 28, 2008).

*Silencing of the lambs* (The Economist May 8, 2008). В заголовке трансформируется название триллера «The Silence of the Lambs».

2. Фразы из фильмов:

*Please sir, my name is Bond, James Bond* (The Guardian, March 20, 2005).

Приводится знаменитая фраза агента 007, звучащая во всех фильмах о Дж. Бонде.

*Be careful what you wish for* (The Economist, August 2, 2007). Фраза звучит в фильме ужасов режиссера Р. Кертцмана «Wishmaster».

3. Имена актеров:

*A Tom Cruise missile* (The Times, December 3, 2006);

4. Символы киноиндустрии (Oscar, Hollywood):

*Social care 'Oscar'* (The Guardian, June 13, 2007). Оскар – национальная премия Американской Киноакадемии.

**Сфера-источник «Музыка» (8,1 %)**

Анализ практического материала позволяет выделить в данной сфере-источнике культурного знания следующие подгруппы:

1. Популярная музыка. В подгруппу входят Elton John, Cat Stevens, Chris de Burgh, Barbara Streisand, группа «ABBA» и др.

*Look Ma, no capital* (The Economist, April 24, 2008). Ср: Look Ma No Hands – песня, исполняемая Элтоном Джоном.

*Ladies in Red* (The Times, December 07, 2006). Lady in Red – название песни Криса де Бурга.

2. Рок-музыка. Подгруппа представлена творчеством «the Beatles», «Eagles», «Rolling Stones», «Pink Floyd», «Queen».

*The show must go on* (The Times, November 01, 2006). Используется название песни английской рок-группы Queen из альбома «Innuendo».

*Hotel California* (The Economist, February 24, 2005). Название композиции группы Eagles «Hotel California».

3. Джазовая музыка. Подгруппу составляют музыкальные композиции из творчества Луи Армстронга (Louis Armstrong).

*When the saints go marchin' out* (The Economist, June 28, 2007). When the Saints Go Marching In – похоронный марш на «джазовых похоронах» в Новом Орлеане, шт. Луизиана.

*Go down, Moses* (The Economist, March 3, 2005). Зафиксировано название песни «Go Down Moses», которая исполняется как джазовая композиция.

### **Сфера-источник «Живопись, скульптура, архитектура» (1,2 %)**

Сфера-источник культурного знания представлена подгруппами:

1. Скульптуры, архитектурные комплексы:

*The thinker* (The Economist, February 3, 2005). «The Thinker» («Мыслитель») – известная скульптура из бронзы и мрамора Огюста Родена.

*New light on Georgi Markov's murder: Piccadilly circus* (The Economist, September 4, 2008). Piccadilly Circus – архитектурный ансамбль, транспортная развязка в западной части Лондона, где находится фонтан Шафтсбери со статуей ангела, более известного как Эрос.

2. Живописцы (W. Turner, Van Gogh):

*The Turner surprise* (The Sunday Times, June 17, 2007). Joseph William Turner (1775–1851 гг.) – английский живописец, представитель романтизма.

### **Сфера-источник «Мюзиклы» (0,9 %)**

ПФ, относящиеся к указанной сфере-источнику культурного знания, зафиксированы только в британском газетно-журнальном дискурсе. При этом зафиксированные нами ПФ представляют американскую культуру, они будут описаны в параграфе 2.6.2. настоящего диссертационного исследования.

### **Сфера-источник «Мультфильмы» (0,4 %)**

Представлена именами героев мультфильмов компании «Уолт Дисней»:

*Mickey Mouse for Obama* (The Economist, October 16, 2008). Mickey Mouse – мультипликационный герой, символ компании «Walt Disney», созданный в 1928 г.

### **Сфера-источник «Комиксы» (0,2 %)**

Поскольку русской культуре комиксы не свойственны, то это явление нашло отражение только в корпусе ПФ британской прессы.

*What if Otto had been plain Count Donkeyhead* (The Independent, October 14, 2007). Donkey Head – герой серии комиксов, созданных Даниэлем Бейкером.

Итак, при создании заголовков, содержащих ПФ, актуальными становятся сферы-источники блока «Искусство», что находит подтверждение в частых апелляциях к классической литературе (Ч. Диккенс, У. Шекспир, Дж. Остин, У. Блейк и др.), древнегреческой (Эзоп). Значима также сфера-источник «Киноискусство», в частности, американский кинематограф. Кроме того, при создании заголовков британские журналисты считают более удачным обращение к строкам из популярных песен, нежели к именам композиторов или певцов, поскольку первые обладают большим прагматическим потенциалом. Такие сферы-источники, как «Комиксы» и «Мюзиклы», указывают на популярность и знание этих жанров в исследуемом лингвокультурном обществе.

## **2. Блок «История и политика» (24,0 %)**

### **Сфера-источник «Мировая история и политика» (19,4 %)**

В указанной сфере-источнике культурного знания выделяются подгруппы:

1. Политические лидеры, исторические личности (Canute the Great, Richard the Lion Heart, Henry V, Napoleon, Queen Victoria, Margaret Thatcher, Lord Lambton, Gordon Brown, Barack Obama, Gandhi, Hitler и др.).

*Signor Thatcher* (The Economist, November 18, 2006). Margaret Thatcher – премьер-министр Великобритании от консервативной партии страны (1979–1990 гг.), известная как «Железная леди».

*Britain's Obama* (The Economist, August 28, 2009). Barack Obama – первый афроамериканский президент США (с 2009 г.).

2. Изречения политиков и исторических личностей («A Place in the Sun», «The Cross of Gold Speech», «The Wind of Change Speech», «Let Freedom Reign» и др.).

*Wind of change* (The Economist, January 10, 2008). The Wind of Change speech – выступление британского премьер-министра Г. Макмиллана (Harold Macmillan), адресованное Парламенту Южной Африки 3 февр. 1960 г., об обретении в ближайшем будущем независимости некоторыми колониями Великобритании.

*Jaw-jaw, for now* (The Economist, January 27, 2005). Приводится высказывание У. Черчилля 26 июня 1954 г.: «То jaw-jaw is always better than to war-war».

3. Исторические и политические события (Plague (1666 г.), Hundred-Year War (1337–1453 гг.), Battle of Waterloo (1815 г.), Anglo–Afghan War (1839–1942 гг.), World War II (1939–1945 гг.), Cold War (1947–1991 гг.), Vietnam War (1964–1968 гг.) и др.).

*Iraq is no Vietnam – it's far worse than that* (The Sunday Times, October 22, 2006). Используется ссылка на ПС, а именно на участие Великобритании в военных действиях во Вьетнаме (1964–1968 гг.).

*Basra is the Waterloo of the Napoleon of Downing Street* (The Sunday Times, February 25, 2007). The Battle of Waterloo (Битва при Ватерлоо) – последнее крупное сражение императора Наполеона I.

4. Политические / исторические документы (Magna Carta, US declaration of Independence, the Bill of Rights).

*Mary Poppins and Magna Carta* (The Economist, June 19, 2008). Magna Carta – символ свободы, соглашение 1215 г., подписанное королем Джоном и его вассалами, обеспечивающее последним защиту от чиновников и справедливый суд.

*In pursuit of the old and pure* (The Economist, August 2, 2007). Используется трансформированная цитата из Декларации Независимости США: «Life, liberty and the pursuit of happiness».

5. Исторические реалии

*General in 'ghost army' inquiry is still in command* (The Times, January 24, 2007). «The Ghost Army» – несуществующая американская армия, состоящая из актеров, дизайнеров, декораторов, набираемая для создания бутафорских военных действий с целью отвлечения внимания фашистов от действительного расположения американских войск во Второй мировой войне.

6. История Древнего Мира

– Исторические события:

*Athens vs. Sparta* (The Economist, May 17, 2007). Спарта – древнее государство в Греции.



*Carnage and Caligula – scenes that BBC dropped from Thatcher drama* (The Guardian, February 28, 2009). Калигула (Гай Юлий Цезарь) – тиран, римский император, живший с 12 по 42 год.

– Крылатые латинские выражения:

Наиболее частотными ПФ, составляющими подгруппу, являются «Beware of Greeks bearing gifts», «In vino veritas» и др.

*In vino veritas* (The Economist, June 14, 2007). Фраза принадлежит древнеримскому ученому Плинию Старшему (24–79 гг. до н.э.). Коррелирует с русской поговоркой «что у трезвого на уме, то у пьяного на языке».

*Beware of Greeks bearing gifts* (The Economist, Jan 22, 2009).

### **Сфера-источник «Государственная символика» (4,6 %)**

В соответствии с определением государственной символики, которое было дано нами в параграфе 2.2.1. настоящего исследования, выделим в данной сфере-источнике культурного знания следующие подгруппы:

1. Официальные символы (the English Rose, the Thistle, the Dragon, the Eagle, tsar и др.):

*English rose falls for Saint Jonny* (The Sunday Times, October 21, 2007). The English Rose – национальный символ Англии.

*My country, 'tis of thee* (The Economist, July 10, 2008). My country, 'tis of Thee – американская патриотическая песня, мотивом которой является национальный гимн Великобритании «God Save the King». Фактически она служила национальным гимном США на протяжении 19 века.

2. Неофициальные символы (Albion, Vikings, Russian Bear, Big Apple, Windy City и др.):

*The end of the American dream* (The Economist, December 11, 2008). The American Dream – идеал жизни жителей США, символ свободы личности и свободного предпринимательства, получивший также выражение в Статуе Свободы.

*Unkiltin the myths* (The Economist, January 8, 2008). В заголовке обыгрывается слово kilt – традиционная мужская шотландская юбка, являющаяся символом Шотландии.

Итак, проанализированный блок достаточно активен как источник прецедентности в британском газетно-журнальном дискурсе, что получает подтверждение в частых апелляциях к политическим событиям в мире, истории своей страны и Древнего Мира.

### **3. Блок «Общество» (11,2 %)**

#### **Сфера-источник «Экономика» (2,4 %)**

Частотны следующие ПФ: Silicon Valley, Betamax, Bubble Economy, Great Depression и др.

*India's Enron* (The Economist, January 8, 2009). Enron – американский энергетический гигант, ставший первой компанией, обладающей всеамериканской сетью газовых трубопроводов.

*The euro area's economy: Beggar thy neighbour* (The Economist, January 25, 2007). Beggar thy neighbour – политика государства, цель которой – улучшить собственное экономическое положение путем ухудшения ситуации в соседних государствах.

#### **Сфера-источник «Спорт» (2,1 %)**

Британцы – нация, любящая спорт, что нашло отражение в использовании ПФ, относящихся к теннису (Wimbledon) и футболу, а также боевым искусствам:

*Manchester United join India's search for a new Beckham* (The Times, October 31, 2007). David Beckham – английский футболист, клуб «Manchester United».

*Here comes Fanchester United* (The Economist, June 14, 2007). В заголовке обыгрывается название английского футбольного клуба «Manchester United».

#### **Сфера-источник «Теракты и катастрофы» (1,9 %)**

ПФ, составляющие данную сферу-источник, апеллируют, прежде всего, к террористическим актам 11.09.01 в США и 7.07.05 в Великобритании:

*Bush: "Iraq withdrawal may spark 9-11 repeat"* (The Daily Telegraph, March 20, 2007);

*Calls for inquiry into MI5 failure to prevent 7-7* (The Daily Telegraph, May 1, 2007).

#### **Сфера-источник «Детские игры и считалки» (1,2 %)**

ПФ, составляющие указанную сферу-источник культурного знания, нашли отражение в апеллировании к названиям детских игр: «Chicken Game», «Treasure

Hunt», «The scissors and the Stone» и др.

*Nightmare of the Cabbage Patch Queen* (The Sunday times, October 22, 2006). A Cabbage Patch Kid – тряпичная кукла, ставшая популярной в 80-е годы XX века.

*Peekaboo* (The Economist, June 7, 2007). Peekaboo – игра, схожая с прятками, в которую играют с детьми младшего возраста.

#### **Сфера-источник «Праздники и развлечения» (1,2 %)**

В данную группу вошли ПФ, связанные с праздниками и их атрибутами:

*World economy: More trick than treat* (The Economist, October 25, 2007).

Выражение «Trick or Treat» – один из символов праздника Halloween.

*Bringing Vegas to the east* (The Economist, may 15, 2008). Las-Vegas – город в США (штат Невада), считающийся столицей развлечений.

#### **Сфера-источник «Техника» (0,4 %)**

Сфера-источник представлена названиями торговых марок Honda и Hummer:

*American taste for soft toilet roll 'worse than driving Hummers'* (The Guardian, February 26, 2009). Hummer – американская марка машин.

#### **Сфера-источник «Человек» (0,4 %)**

Необходимость выделения рассматриваемой сферы-источника продиктована наличием ПФ, при апелляции к которым создается характеристика личности.

*Valley girl* (The Times, October 13, 2007). Valley Girl – стереотип легкомысленной привлекательной девушки, обычно блондинки.

*Girl next door Stella Magazine* (The Daily Telegraph, May 1, 2007). Girl Next Door – феномен, возникший в американской культуре для характеристики «своего» человека.

#### **Сфера-источник «Кулинарное дело» (0,4 %)**

Представлена апелляцией к традиционной американской выпечке – яблочному пирогу.

*War and apple pie* (The Economist, October 25, 2007).

#### **Сфера-источник «Образование» (0,1 %)**

Сфера-источник представлена трансформациями фразы о сложности английской орфографии: «When it's written Manchester, read Liverpool»:

*You write potato, I write ghoughpteighbteau* (The Economist, August 14, 2008).

В целом, блок «Общество» представлен сферами-источниками, отражающими различные стороны жизни общества, что свидетельствует о его продуктивности. Из его анализа видно, что британцы интересуются экономикой, спортом, их беспокоит угроза терроризма.

#### **4. Блок «Фольклор» (10,5 %)**

##### **Сфера-источник «Пословицы и поговорки» (9,0 %)**

Следует отметить, что ПФ выявленной сферы-источника культурного знания являются абсолютно национально-детерминированными и не заимствованными из других языков. Наиболее частотны следующие пословицы и поговорки: *It's raining cats and dogs*, *Love me, love my dog*, *A new broom sweeps clean*, *There's no place like home*, *A friend in need is a friend indeed* и др.

*All is well that ends well* (The BBC World, October 24, 2008);

*An apple a day* (The Times, May 27, 2006). Ср.: *An apple a day keeps a doctor away*.

##### **Сфера-источник «Народные сказки и легенды» (1,5 %)**

1. Имена сказочных персонажей (*King Arthur*, *Lady of the Lake* и др):

*Coolhunter Robin's hood* (The Times, October 20, 2007). *Robin Hood* – герой английского фольклора, боролся за справедливость (грабил богатых рыцарей и священников, отдавая добытое беднякам).

*Disabled woman given mermaid tail to help her swim* (The Daily Telegraph, February 26, 2009). *Mermaid* – человекоподобное существо, ведущее подводный или полуподводный образ жизни, встречающееся в славянском и европейском фольклоре.

2. Легенды (*Loch Ness Monster*, *Leprechaun* и др.):

*From Estonia to Atlantis* (The Economist, January 12, 2007). Существование Атлантиды считается мифом.

*Auto ice man puts the freeze on rivals* (The Guardian, February 21, 2007). В заголовке *Ice man* – существо, упоминания о котором зафиксированы в фольклоре многих культур.

В заголовках британских газет журналисты часто апеллируют к народной мудрости для иллюстрации точки зрения, выраженной в публикации; преобладают ссылки на английские, шотландские и ирландские народные сказки

## 5. Блок «Религия» (9,1 %)

### Сфера-источник «Христианство» (7,7 %)

Великобритания преимущественно христианская страна, что нашло отражение в корпусе ПФ, относящихся к исследуемой сфере-источнику культурного знания, в которой выделяются следующие подгруппы.

1. Строки из Священного Писания (In the beginning, And God created и др):

*Corruption in Kenya: Feet of Clay* (The Economist, February 10, 2005). Feet of Clay – выражение из Книги пророка Даниила (2:33–45), Ветхий Завет. Коррелирует с выражением «колосс на глиняных ногах» – символом всего внешне величественного и грозного, но по существу слабого.

*Fertility treatment: Made, not begotten* (The Economist July 26, 2007). Цитата из Библии: «Jesus Christ – the Son of God, begotten, not made».

2. Имена из Священного Писания (Jesus Christ, Mammon и др.):

*Baby Noah, survivor of Katrina flood* (The Times, January 17, 2007). ПИ Ной (Noah), согласно Библии, носил человек, спасенный Богом от Всемирного потопа.

*Judas has always intrigued me* (The Daily Telegraph, March 20, 2007). Judas (Иуда) – один из 12 апостолов, предавший Иисуса Христа.

3. Имена Святых, проповедников:

*The next Billy Graham* (The Economist, August 14, 2008). Billy Graham – американский религиозный деятель, служитель баптистской церкви, на протяжении многих лет духовный советник Президентов США.

*St Swithun's legend predicts more rain to come* (The Independent, July 16, 2007). St. Swithan – епископ Винчестерский, известный предсказаниями погоды.

4. События, притчи из Священного Писания (Black/Lost Sheep, Original Sin, the Tower of Babel, Biblical Flood и др):

*Figure it out for yourself is this Judgment Day* (The Daily Telegraph, August 21, 2007). The Judgment Day – согласно Библии, последний день существования мира, когда над людьми с целью выявления праведников и грешников Богом будет совершен последний суд.

*British Killer hopes for reprieve via World's End evidence* (The Guardian, September 16, 2007). World's End – библейское событие, знаменующие праведный суд над людьми.

### **Сфера-источник «Мифология» (1,4 %)**

В анализируемой сфере-источнике культурного знания представлены ПФ, относящиеся к древнегреческой мифологии, что нашло отражение в подгруппе «Имена богов, героев греческой мифологии» (Prometheus, Narcissus и др.):

*Dionysus, meet Helios* (The Economist, November 18, 2006). Dionysus (Дионис) – бог плодоносящих сил земли, растительности и виноделия. Helios (Гелиос) – в древнегреческой мифологии солнечное божество.

*Prometheus unbound, a bit* (The Economist, December 18, 2004). Prometheus (Прометей) – титан, давший людям огонь.

Итак, предполагается, что средний читатель британской прессы знаком с основными положениями христианства, на что указывают ссылки в заголовках на Ветхий и Новый Заветы, а также имеет общие представления о древнегреческой мифологии.

### **6. Блок «СМИ» (3,0 %)**

#### **Сфера-источник «Радио и телевидение» (2,8 %)**

1. Названия телепередач и телепроектов («Doctor Who», «Fear Factor» и др.):

*Investing in Russia: Forgive and forget* (The Economist, February 10, 2005). Forgive or Forget – ток-шоу, появившееся на экранах США в 1998 г., где рассказывается о сложных ситуациях, в которых оказываются простые люди.

*A moment of truth* (The Economist, May 15, 2008). The Moment of truth – популярное американское телешоу, участникам задаются личные вопросы, правдивость ответа проверяется полиграфом, каждый честный ответ стоит определенную сумму денег.

2. Названия и герои сериалов («The Sopranos», «Desperate Housewives»):

*Not-yet-desperate housewives* (The Economist, August 16, 2007). Desperate Housewives – популярная американская телевизионная драма / комедия, повествующая о жизни нескольких подруг из фешенебельного пригорода.

3. Радиопередачи. Подгруппа представлена ПФ ирландского происхождения:

*The giant at my shoulder* (The Daily Telegraph, June 10, 2007). A Giant at my Shoulder – название ток-шоу, транслируемого по ирландскому радио, в котором знаменитости рассказывают о людях, повлиявших на их жизнь.

#### **Сфера-источник «Реклама» (0,1 %)**

Представлена апелляциями к ПФ:

*Spot the difference* (The Economist, January 20, 2005). Feel the Difference – рекламный слоган автомобиля «Ford».

#### **Сфера-источник «Интернет» (0,1 %)**

К данной сфере-источнику культурного знания относится ПФ *world wide web*: *A world wide web of terror* (The Economist, July 17, 2007). World Wide Web – всемирная паутина.

Думается, что низкая частотность ПФ рассматриваемого блока объясняется коротким сроком бытования медиапродуктов, послуживших основой для образования ПФ. Тем не менее, к актуальным сферам-источникам можно отнести сериалы и телевизионные шоу.

#### **7. Блок «Наука» (1,4 %)**

1. Научные изобретения, высказывания ученых:

*Eureka! (as the ancients put it)* (The Independent, April 30, 2007). Eureka – восклицание Архимеда по случаю открытия им гидростатического закона, ставшее употребительным для выражения радости по поводу решения трудной задачи.

2. Имена ученых, мыслителей (Plato, Albert Einstein, Charles Darwin и др.):

*Charles Darwin: "Is man an ape or an angel"* (The Daily Telegraph, June 16, 2008). Используется ссылка на основной труд Чарльза Дарвина «Происхождение видов путем естественного отбора» (1859 г.).

#### **8. Блок «Природные явления» (0,9 %)**

ПФ, входящие в выделенную группу, относятся к различным природным явлениям (Dead water, Monsoon, Global Warming):

*Mankind's chili habit: Global warming* (The Economist, December 18, 2008). Global warming – повышение среднегодовой температуры атмосферы Земли.

#### **9. Блок «Космос» (0,3 %)**

Зафиксированные в заголовках ПФ *Big Bang*, *Black Hole* позволили выделить в качестве отдельного блока сферу-источник «Космос»:

*Of budgets and black holes* (The Economist, May 1, 2008). Black Hole – область в пространстве-времени, гравитационное притяжение которой настолько велико, что покинуть его не могут даже объекты, движущиеся со скоростью света.

Результаты сопоставительного анализа сфер-источников культурного знания ПФ в заголовках российской и британской прессы представлены в таблице 1:



Таблица 1.

Сферы-источники культурного знания ПФ в заголовках российской и британской прессы

Сферы-источники культурного знания ПФ	ПФ в заголовках Российской прессы, %	ПФ в заголовках британской прессы, %
<b>Искусство</b>	<b>48,9</b>	<b>39,7</b>
Литература	23,6	17,3
Киноискусство	13,5	11,6
Музыка	9,8	8,1
Живопись, скульптура, архитектура	1,4	1,2
Мюзиклы	-	0,9
Мультипликация	0,6	0,4
Комиксы	-	0,2
<b>Фольклор</b>	<b>19,9</b>	<b>10,5</b>
Пословицы и поговорки	17,2	9
Народные сказки и легенды	2,6	1,5
Анекдоты	0,1	-
<b>История и политика</b>	<b>15,8</b>	<b>24</b>
Мировая история и политика	14,9	19,4
Государственная символика	0,9	4,6
<b>Религия</b>	<b>6,2</b>	<b>9,1</b>
Христианство	4,7	7,7
Мусульманство	0,3	-
Мифология	1,2	1,4
<b>Общество</b>	<b>5,2</b>	<b>11,1</b>
Человек	-	0,4
Техника	-	0,4
Праздники, развлечения	-	1,2
Кулинарное дело	-	0,4
Детские игры и считалки	1,5	1,2
Общественные слоганы и поздравления	1,0	-
Образование	0,9	0,1
Военная служба	0,7	
Экономика	0,6	3,4
Спорт	0,4	2,1
Теракты и катастрофы	0,1	1,9
<b>СМИ</b>	<b>2,8</b>	<b>3,0</b>
Радио и телевидение	2,2	2,8
Реклама	0,5	0,1
Интернет	0,1	0,1
<b>Наука</b>	<b>1,1</b>	<b>1,4</b>
<b>Природные явления</b>	<b>-</b>	<b>0,9</b>
<b>Космос</b>	<b>0,1</b>	<b>0,3</b>
Итого	100,0	100,0

Итак, сопоставительный анализ сфер-источников культурного знания позволяет сделать ряд предварительных выводов относительно содержательно-семантических свойств ПФ в российском и британском газетно-журнальном дискурсе. Совпадение большинства областей культурного знания объясняется

общностью человеческой природы и схожими ценностными установками двух лингвокультурных обществ. Так, наиболее частотными оказались ПФ блоков «Искусство», «Мировая история и политика», «Фольклор» и «Религия». Однако следует обратить внимание на некоторые отличия в предпочтениях на уровне областей культурного знания. Так, в российском газетно-журнальном дискурсе наиболее значимыми стали сферы-источники «Литература», «Киноискусство», «Мировая политика и история». Если высокая частотность первых закономерна, то последняя представляется следствием демократизации общественной жизни в постперестроечный период, которая проявилась в массовом интересе большинства российских граждан к политической жизни страны. Авторитетным источником образования ПФ становится народная мудрость, что подтверждается частыми апелляциями к пословицам и поговоркам. В британском корпусе ПФ наиболее актуальна сфера-источник «Мировая история и политика», что можно объяснить активной позицией Великобритании на мировой политической арене. Средний представитель британского общества любит читать, смотреть фильмы и слушать музыку. В то же время религия в качестве источника прецедентности более значима в британской прессе, нежели в российской. В соответствии с полученными данными вопросы терактов и катастроф представляется более острыми в Великобритании, чем в России. Наименее востребованными сферами-источниками ПФ в заголовках российской и британской прессы стали блоки «Общество», «СМИ» и «Наука». Национально-культурная специфика данных лингвокультурных обществ проявляется в несовпадении некоторых культурных сфер знаний. В российской прессе – «Общественные слоганы и поздравления», что свидетельствует об ориентации на массового адресата, в то время как в британской – на субъекта (сфера-источник «Человек»). «Мюзиклы» и «Комиксы» как области культурного знания являются новыми для российского лингвокультурного общества и зафиксированы в связи с этим только в британской прессе.

Далее перейдем к рассмотрению явления полипрецедентности, которое позволит более точно представить классификацию ПФ по сферам-источникам культурного знания.

## 2.2. Полипрецедентность в заголовках российской и британской прессы

В результате анализа практического материала, проведенного в предыдущем параграфе настоящего исследования, нами выделены заголовки, в создании которых задействовано несколько ментальных сфер-источников. Данный факт является следствием того, что «текст не может неподвижно застыть (скажем, на книжной полке), он по природе своей должен сквозь что-то двигаться, например, сквозь произведение, сквозь ряд произведений» [Барт 1994 : 415]. В связи с этим можно говорить о полипрецедентности, под которой мы понимаем обращение к двум и более ментальным сферам-источникам, в нашем случае – в заголовке. Отмеченное явление позволяет активизировать несколько областей фоновых знаний читателя путем разгадывания нового текста. В ходе исследования полученных результатов были определены следующие модели, по которым создается полипрецедентность в заголовке.

**Модель 1:** отнесение одного и того же ПФ к двум и более ментальным сферам-источникам.

Некоторые ПФ выступают «достоянием» произведений, представленных в разных видах искусства. Г. Г. Слышкин предлагает ввести понятие «тексты-реинтерпретации». Под ними понимаются прецедентные тексты и их источники, которые «не являются “истинными источниками” данного ПФ, но именно благодаря им данный текст становится прецедентным, тогда как «первоисточник» бывает мало известен. Часто при знакомстве с реинтерпретацией носитель языка не воспринимает ее как таковую. Он разгадывает ПФ, но не определяет его первоисточник или не придает этому факту значения. В подобных случаях реинтерпретация воспринимается как оригинальный текст» [Слышкин 2000 : 83]. Следует также отметить, что полипрецедентность, с точки зрения Ю. Н. Караулова, обусловлена тем, что прецедентные тексты «перешагивают рамки искусства, где исконно возникли, воплощаются в других видах искусств..., становясь тем самым фактом культуры в широком смысле слова и получая интерпретацию у новых и новых поколений» [Караулов 2007 : 106]. Ю. И. Левин называет указанное свойство сильных текстов мультипликацией [Левин 1998 : 618].

**Модель 2:** использование двух и более ПФ, каждый из которых относится к разным ментальным сферам-источникам. В этом случае смысл построен на соединении подтекстов первоисточников, которые вместе порождают новый смысл. Такое контаминированное цитирование С. И. Сметанина называет гиперцитацией и определяет его как результат наложения одного текста на другой [Сметанина 2002 : 128].

Предложенные модели позволяют детально представить явление полипрецедентности в заголовках российской и британской прессы.

### 2.2.1. Полипрецедентность в заголовках российской прессы

Проведенный анализ позволил выявить заголовки, отличающиеся полипрецедентностью, что составляет 6,53 % от корпуса всех заголовков в российской прессе. В соответствии с предложенными моделями рассмотрим сферы-источники, отсылка к которым наблюдается в одном заголовке.

#### Художественная литература – Киноискусство (29,6 %)

К данным сферам-источникам относятся преимущественно художественные произведения (первоисточники ПФ) и их экранизации (реинтерпретации). Это происходит в связи с тем, что в настоящее время кино является более популярным видом искусства, чем литература, и именно оно становится одним из главных источников пополнения знаний представителя российского лингвокультурного общества. Наиболее частые отсылки наблюдаются к следующим ПФ: *Джеймс Бонд/Агент 007* (создан писателем Яном Флемингом, киногерой), *«Властелин колец»* (экранизированное произведение Джона Р. Толкиена), *«12 стульев»* (авторы И. А. Ильф и Е. П. Петров), *«Ночной дозор»* (произведение создано С. Лукьяненко, экранизировано в 2005 г.).

Заголовок *Кто защитит детей Арбата* (РВ, 14.03–20.03.07) построен по модели 1: ПФ одновременно относится к сфере-источнику «Художественная литература» и «Киноискусство». Прочитав этот заголовок, читатель может соотнести данный ПФ как с романом А. Рыбакова «Дети Арбата», так и с одноименным сериалом, (2004 г.) Принимая во внимание тот факт, что абсолютное большинство носителей языка воспринимает в качестве первоисточника ПФ именно художественный фильм, а не текст художественного произведения, по которому он снят [Черногру-

дова 2003 : 86], мы можем предположить, что именно киноверсия романа служит источником приведенного ПФ.

Заголовок *Сказка о том, как царь Салтан губернаторов назначал* (РВ, 20.07–26.07.05) является примером модели 2. Синтаксическая модель заголовка вызывает в памяти читателя ассоциации с названием кинофильма «Сказ о том, как царь Петр арапа женил», а «Царь Салтан» активизирует в сознании читателя имя персонажа сказки А. С. Пушкина.

### **Художественная литература – Мультфильмы (24,1 %)**

В указанную группу вошли ПФ, включающие имена героев и фразы из мультфильмов, снятых по известным детским произведениям. Поскольку мультфильмы создаются по популярным детским рассказам и сказкам, можно предположить, что в сознании представителей русского лингвокультурного общества исследуемые ментальные сферы-источники тесно связаны: знание сюжета произведения подкреплено визуальным рядом из мультфильма. Наиболее частотными являются следующие ПФ: *Винни-Пух* (герой создан писателем А. Мильне, в СССР появился в пересказе Б. Заходера, как мультфильм вышел на советские экраны в 1969 г.), *Дом, который построил Джек* (английское стихотворение переведено С. Я. Маршаком, мультфильм 1976 г.), *Чебурашка, Печкин и Матроскин* (образы придуманы Э. Успенским, герои серии популярных советских мультфильмов).

В заголовке *Шапокляк в оппозиции* (АиФ, 16.04–22.04.08) ПИ *Шапокляк* ассоциируется с вредной старушкой, героиней повести Э. Успенского (1966 г.). Узнаваемую внешность данный персонаж получил благодаря художнику мультфильма Л. Шварцману. В совокупности качества, придуманные писателем, и внешность, созданная затем художником, составляют характеристики указанного ПИ.

Прочитав заголовок *С улыбкой чеширского кота* (РГ, 12.01.07), читатель воссоздает визуальный образ кота, увиденный в мультфильме. Существующий образ в свою очередь основан на сказке Л. Кэрролла «Алиса в стране чудес», где писатель описывает улыбку: «Рот у Кота показался Алисе таким широким и с таким множеством зубов, что она решила обращаться с ним как можно почтительнее» [Кэрролл 1993 : 150]

Примеры, построенные по модели 1, составляют абсолютное большинство в рассматриваемых пограничных сферах-источниках.

### **Музыка – Киноискусство (22,2 %)**

Необходимость выделения данных сфер-источников продиктована использованием в заголовках строчек из песен известных кинофильмов, наиболее частыми из которых являются: «Нужна победа одна на всех» (фильм «Белорусский вокзал», 1970 г.), «Не думай о минутах свысока» (многосерийный фильм «Семнадцать мгновений весны», 1973 г.), «Восток – дело тонкое» (фильм «Белое солнце пустыни», 1969 г.). Эти музыкальные произведения часто пишутся для сценариев фильмов и так или иначе переплетаются с их сюжетом. Указанное положение нашло отражение в модели 1.

Песня, процитированная в заголовке *Думайте сами, решайте сами* (РГ, 3.03.06), тесно связана с фильмом «Ирония судьбы, Или С легким паром», который известен многим поколениям в России. Следовательно, при восприятии заголовка задействованы обе ментальные сферы-источники.

*Я спросил у Путина...* (АиФ, 1.11–7.11.06). Песня «Я спросил у ясеня...», используемая в заголовке, получила широкую известность благодаря популярному советскому фильму «Москва слезам не верит» (1980 г.).

### **Музыка – Мультфильмы (11,1 %)**

Выявленные пограничные сферы-источники представлены моделью 1, куда вошли песни из мультфильмов. Наиболее часто употребляемыми являются: «Нам не страшен серый волк» (мультфильм «Три поросенка»), «Куда идем мы с Пятачком...» (мультфильм «Винни-Пух идет в гости»), «Лучший мой подарочек – это ты!» (мультфильм «Ну, погоди!»). Целесообразность ее выделения обусловлена тем фактом, что песня из мультфильма неразрывно ассоциируется с ним самим и в сознании читателя не существует как самостоятельное музыкальное произведение.

Прочитав заголовок *Куда идем мы с Пятачком?* (НВ, 4.09.05), читатель восстанавливает в памяти одновременно как эпизод из мультфильма «Винни-Пух идет в гости», хорошо знакомый с детства, так и продолжение самой песенки. В рассматриваемом случае происходит наслаивание музыкального произведения на ситуацию, ставшую прецедентной и актуализированную в заголовке.

В следующем примере *Пусть мама меня непременно найдет* (АиФ, 25.10–31.10.06) с помощью одного ПФ происходит отсылка сразу к двум ментальным сферам-источникам, так как песня стала знакома благодаря мультфильму. Предполагается, что «Песенка про Мамонтенка» воспринимается адресатом как неотъемлемая часть соответствующего мультфильма, поскольку полностью отражает сюжетную линию последнего.

#### **Художественная литература – Политика и история (3,7 %)**

Указанные пограничные сферы-источники представлены заголовками, построенными по модели 2.

В заголовке *Они сошлись – ГУЛАГ и Абвер* (АиФ, 16.04–22.04.08) происходит отсылка к строкам из поэмы «Евгений Онегин» А. С. Пушкина, знакомым среднему российскому читателю по школьной программе: «Они сошлись. Волна и камень, стихи и проза, лед и пламень не столь различны меж собой». Используя указанный ПФ и предполагая, что читатель помнит строки из поэмы, журналист проводит параллель между данными явлениями в советской и немецкой истории.

#### **Музыка – Киноискусство – Мультфильмы – Художественная литература (1,9 %)**

Выявленные пограничные сферы-источники представлены моделью 1.

Заголовок *Семь бандитов на сундук - это йо-хо-хо* (НВ, 28.08.06). Песня встречается как на страницах романа Р. Л. Стивенсона «Остров сокровищ», так и в фильме и мультфильме с одноименными названиями. Трансферный характер анализируемого ПФ позволяет отнести его к другим указанным нами сферам.

#### **Художественная литература–Политика и история–Киноискусство (1,9 %)**

Заголовок *«Красная шапочка и товарищ Волк»* (НВ, 21.05.06) относится к модели 2: Во-первых, обращение «товарищ» прецедентно для носителя русской культуры в связи с советским периодом в отечественной истории; во-вторых, наблюдается объединение ментальных сфер-источников «Художественная литература» (сказка Ш. Перро «Красная Шапочка») и «Киноискусство» (фильм «Про Красную Шапочку», 1978 г.).

#### **Художественная литература – Киноискусство – Музыка (1,9 %)**

Данная пограничная ментальная сфера представлена моделью 2. При создании заголовка «*«Тургеневская девушка», которая поет»* (РГ, 13.07.05) автор использует три ПФ: *тургеневская девушка* (сфера-источник «Художественная литература»), *женщина, которая поет* (сфера-источник «Киноискусство») и ПИ *Алла Пугачева*, связанное со сферой-источником «Музыка». Последний ПФ не выражен вербально, но тем не менее присутствует, так как главную роль в указанном выше фильме исполняет популярная певица, хорошо известная российскому зрителю. Можно предположить, что указанный факт также влияет на восприятие данного заголовка, так как читатель будет сравнивать образ певицы с героиней публикации.

#### **Религия – Киноискусство (1,9 %)**

Заголовок, построенный на обращении к указанным сферам-источникам по модели 2: *«Не убий Билла»* (АиФ, 7.02–13.02.07). Синтаксическая модель заголовка вызывает в памяти читателя трансформированное название фильма Квентина Тарантино «Убить Билла», которое накладывается на библейскую заповедь «Не убий», что порождает новый смысл заголовка.

#### **Религия – Наука (1,9 %)**

Представим заголовок, построенный по модели 2: *«Не Нобелем единым»* (АиФ, 25.06–1.07.08). В его структуре наблюдается контаминация библейского высказывания «Не хлебом единым жив человек» и ПФ «Нобелевская премия».

Итак, наиболее активными, способными к взаимодействию являются составляющие массовой культуры: сферы-источники «Художественная литература», «Киноискусство», «Мультфильмы» и «Музыка».

### **2.2.2. Полипрецедентность в заголовках британской прессы**

В результате проведенного анализа было выделено 5,3 % заголовков от их общего числа в британской прессе, в которых зафиксировано явление полипрецедентности. Рассмотрим отмеченные нами пограничные сферы-источники.

#### **Литература – Киноискусство (42,9 %)**

Указанные пограничные сферы-источники культурного знания широко представлены, как и в российском газетно-журнальном дискурсе.



Высокочастотными стали ПФ *James Bond* (литературный персонаж, главный герой серии фильмов), *From Russia With Love* (роман Яна Флеминга 1957 г., экранизирован в 1963 г.), *Rich Man, Poor Man* (произведение Ирвина Шоу 1969 г., экранизировано в 1983 г.),

*New York's cultural economy. Art and the city* (The Economist, September 6, 2007).

ПФ *Sex and the City* появился в 1994 г. в одноименной колонке в New York Observer. Колонка стала популярной, и ее автор, Кэндэс Бушнелл, написала книгу, на основе которой был создан сериал, сделавший изначальный сюжет широко известным.

Заголовок *Build it, and they will come* (The Economist, January 15, 2009), построенный по модели 1, представлен высказыванием, которое стало известным благодаря кинофильму *Field of Dreams* (США, 1989 г.). Фраза в свою очередь была взята из романа В. П. Кинселла «Shoeless Joe», являющегося источником указанной киноленты. Однако изначально этот ПФ был создан Ральфом Уолдо Эмерсоном (1803–1882 гг.), одним из выдающихся поэтов и писателей США, и звучит как «Build a better mousetrap, and the world will beat a path to your door».

#### **Пьесы, мюзиклы – Киноискусство (19,0 %)**

Выявленная пограничная группа представлена только в британских заголовках. В ее состав входят заголовки, построенные по модели 1. Наиболее частотными ПФ стали *the Odd Couple* (популярный бродвейский мюзикл Нейла Саймона 1965 г., на основе которого был снят одноименный фильм), *the Iceman Cometh, Promises, Promises*.

*Promises, promises* (The Economist, June 21, 2007). В заголовке используется ПФ *Promises, Promises* – мюзикл, созданный по фильму 1960 г. «The Apartment».

*The Iceman cometh not* (The Economist, May 31, 2007). Основу заголовка составляет название пьесы Ю. О'Нейла «The Iceman Cometh», которая была поставлена на Бродвее в 1946 г. и в связи с его популярностью экранизирована, что позволяет говорить о контаминации указанных сфер-источников в сознании среднего представителя британского лингвокультурного общества относительно этого ПФ.

#### **Литература – Мультфильмы (11,9 %)**

В группу включены ПФ, возникшие как детские литературные произведения, впоследствии послужившие основой для создания мультфильмов. Наиболее частыми ПФ являются *Beauty and the Beast*, *Winnie the Pooh*, *Alice in Wonderland*.

В заголовке *Beauty in the beast* (The Guardian, July 14, 2007) обыгрывается название знаменитой сказки «Beauty and the Beast», первый письменный вариант которой датируется 1740 г. Узнаваемую внешность герои получили в 1991 г., когда компания «Уолт Дисней» создала одноименный мультфильм.

*Why Winnie the Pooh should shape US foreign policy* (The Daily Telegraph, June 17, 2008). Winnie the Pooh – сказочный герой, придуманный А. Мильне (1926 г.). Его визуальный образ, который закрепился в британском лингвокультурном обществе, создан компанией «Уолт Дисней». Таким образом, значимые характеристики героя (характер, внешность), относящиеся к разным сферам-источникам, образуют смысловое поле ПИ.

#### **Музыка – Киноискусство (9,5 %)**

Вошли заголовки, созданные по модели 1. Зафиксированы следующие ПФ: *Home, Sweet Home*, *Man of the Hour*, *Diamonds Are a Girl's Best Friend*.

*Pakistan's political turmoil. Man of the hour* (The Economist, August 28, 2008). Песня *Man of the Hour* была написана как саундтрек к фильму *Big Fish* и впоследствии выпущена как самостоятельная композиция.

*Sex and the City. A girl's best friend* (The Daily Telegraph, May 16, 2008). Песня *Diamonds Are a Girl's Best Friend*, ссылка на которую используется в заголовке, стала популярной после ее исполнения Мэрилин Монро в фильме «Gentlemen Prefer Blondes».

#### **Комиксы – Киноискусство (9,5 %)**

Данные пограничные сферы-источники характерны только для заголовков британской прессы. ПФ изначально относились к сфере-источнику «Комиксы», откуда затем перешли в сферу-источник «Киноискусство».

*Ghost rider myth and reality of a Tour tragedy* (The Independent, 16 July 2007). ПФ *Ghost Rider* – герой комиксов, опубликованных компанией «Marvel Comics». На их основе в дальнейшем был создан широко известный одноименный фильм.

*Jealousy brings down superwoman* (The Times, December 22, 2006). Знаменитый герой комиксов *Superhero* (1938 г.) неоднократно являлся главным действующим лицом в детских сериалах и фильмах, что позволяет отнести данный ПФ к пограничным сферам-источникам.

### **Музыка – Спорт (2,4 %)**

Данная группа представлена заголовком, построенным по модели 1.

*A Scottish Vindaloo* (The Economist, October 1, 2005). *Vindaloo* – пародийная песня, ставшая неофициальным гимном чемпионата мира по футболу 1998 г.

### **Политика и история – Телевидение (2,4 %)**

Группа получила воплощение в заголовке, созданном по модели 2:

*Russia's government: Comrade Who* (The Economist, September 13, 2007).

В заголовке наблюдается соединение ПФ *Comrade*, традиционное обращение в коммунистических странах, в частности в СССР, и *Doctor Who*, название британского научно-фантастического телесериала компании BBC.

Итак, явление полипрецедентности также характерно для заголовков в британской прессе. Результаты сопоставительного анализа полипрецедентных заголовков в российской и британской прессе представлены в таблице 2:

**Таблица 2.**

Полипрецедентность в заголовках российской и британской прессы

<b>Пограничные сферы-источники культурного знания</b>	<b>Российская пресса, заголовки, %</b>	<b>Британская пресса, заголовки, %</b>
Художественная литература – Киноискусство	29,6	42,9
Мюзикл, пьесы – Киноискусство	-	19,0
Художественная литература – Мультфильмы	24,1	11,9
Музыка – Киноискусство	22,2	9,5
Комиксы – Киноискусство	-	9,5
Музыка – Мультфильмы	11,1	2,4
Художественная литература – Политика и история	3,7	-
Телевидение – Политика и история	-	2,4
Музыка – Киноискусство – Мультфильмы – Художественная литература	1,9	-
Музыка – Спорт	-	2,4
Художественная литература – Политика и история – Киноискусство	1,9	-
Художественная литература – Киноискусство – Музыка	1,9	-
Религия – Киноискусство	1,9	-
Религия – Наука	1,9	-
<b>Итого</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Феномен полипрецедентности, который можно представить в виде двух моделей, характерен как для российских, так и британских заголовков. Как показывает сопоставительный анализ ПФ в газетно-журнальном дискурсе России и Великобритании, сферами-источниками культурного знания, которым свойственно взаимодействие с другими сферами, являются «Литература», «Киноискусство», «Музыка», «Комиксы» и «Мюзиклы». Полученные данные свидетельствуют о тесной взаимосвязи указанных областей культурного знания: фильмы, мультфильмы и мюзиклы создаются прежде всего на основе литературных произведений и сопровождаются музыкальными композициями, написанными в соответствии со сценарием.

### **2.3. Темпоральная классификация прецедентных феноменов в заголовках российской и британской прессы**

Корпус ПФ не является постоянным. Поскольку на каждом историческом этапе развития лингвокультурного общества существует свой корпус указанных единиц, важно его своевременно обнаружить и зафиксировать. Как отмечает А. П. Чудинов, «У каждого времени – своя система метафор. Каждый новый этап социального развития страны отражается в метафорическом зеркале, где вне зависимости от чьих-либо намерений фиксируется подлинная картина общественного сознания. Система базисных метафор – это своего рода ключ к пониманию «духа времени» [Чудинов 2001 : 31]. «В каждую эпоху своего исторического существования произведение должно вступить в тесную связь с меняющейся жизненной идеологией, проникнуться ею, пропитаться новыми, идущими из нее соками. Лишь в той степени, в какой произведение способно вступить в такую неразрывную, органическую связь с жизненной идеологией данной эпохи, оно способно быть живым в данную эпоху. Вне такой связи оно перестает существовать, ибо перестает переживаться как идеологически значимое» [Волошинов 1993 : 100]. Свой взгляд на тесную связь языка и истории также выражает Я. Гримм: «Наш язык – это также наша история» (Grimm / http).

На основании сказанного выше, представляется важным определить темпоральные особенности ПФ, функционирующих в современном газетно-журнальном дискурсе России и Великобритании. В этой связи цель данной классификации ПФ заключается в определении периодов, к которым относятся источники ПФ, актуализируемые в заголовках современных российских и британских СМИ, и их последующий сопоставительный анализ. Думается, что следует также при классификации практического материала производить деление на ПФ отечественного и иностранного происхождения с целью выявления периодов, активных в современном газетно-журнальном дискурсе, из которых были заимствованы зарубежные ПФ в изучаемых лингвокультурных обществах. Предполагается, что полученные результаты помогут:

1) более детально представить корпус ПФ изучаемых лингвокультурных обществ, что позволит использовать полученные результаты при классификации указанных единиц по национально-культурным истокам;

2) выявить наиболее активные временные отрезки, в которые создавались зарубежные и отечественные прецеденты, функционирующие в современном газетно-журнальном дискурсе России и Великобритании;

3) определить наиболее значимые сферы-источники в выявленных нами периодах и установить причины их высокой частотности;

4) объяснить темпоральные закономерности использования ПФ в современном российском и британском газетно-журнальном дискурсе;

5) выявить историко-политические и социальные факторы, влияющие на создание корпуса ПФ исследуемых лингвокультурных обществ.

Поскольку основание для классификации – время появления феномена, ставшего прецедентным, или время его вхождения в ту или иную культуру, блоки «Фольклор», «Общество» (а именно сферы-источники «Образование», «Военная служба») не учитываются, так как представляется невозможным определить время создания данных прецедентов.

### 2.3.1. Темпоральная классификация прецедентных феноменов в заголовках российской прессы

Анализ российской прессы позволил выявить временные периоды, значимые в формировании корпуса ПФ, функционирующих в современных печатных СМИ.

Временные рамки первого блока принятой нами классификации определены годом рождения Гомера (**IX век до н.э.**) и окончанием создания Нового Завета (**II век н.э.**). В указанный период (12,5 % от общего состава ПФ) мы включаем, во-первых, эпоху античности (I век до н.э.–476 год н.э.), куда входят ПФ, относящиеся к истории и культуре Древней Греции и Древнего Рима. Так, культура Древней Греции нашла отражение в ПФ со сферой-источником «Наука» и выражена именами древнегреческих философов *Сократа, Диогена, ученых Гиппократ и Архимеда*. Значительная часть ПФ принадлежит к сфере-источнику «Мифология», подробно представленной в подпараграфе 2.2.1. настоящего исследования. В заголовках российской прессы наблюдаются также ссылки на прецедентную ситуацию *о даиданайцах и Троянском коне*, описанную Гомером в «Илиаде», которую мы включаем в сферу-источник «Литература». Культура Древнего Рима отражена в сфере-источнике «Крылатые латинские выражения», представленная в параграфе 2.2.1. настоящего исследования. Во-вторых, к указанному периоду относятся также ПФ, имеющие своим источником Ветхий и Новый Заветы, исторические рамки написания которых – **VIII век до н.э.–II век н.э.** Данные ПФ составляют 5,0 % от общего корпуса ПФ и детально представлены в параграфе 2.2.1. настоящего исследования.

**III–IV веках н.э.** (0,1 %). Наблюдаются апелляции к ПФ *Святой Себастьян* – монаха, жившего в указанный период.

**VII век** (0,2 %). Появление мусульманства, что находит отражение в ПФ *Магомет* и *мечеть*.

**IX век** (0,8 %). В отечественной истории указанный период связан с *призванием варягов* (862 г.), что считается отправной точкой восточнославянской государственности, описанной в «Повести Временных лет». Данное событие нашло отражение в многократном использовании ПФ *Рюрик* (862–879 гг.) и *варяги* в заголовках современных российских СМИ.

**X век** (0,1 %). В анализируемом корпусе ПФ зафиксированы апелляции к ПС *Крещение Руси* (988 г.), сфера-источник «История и политика».

**XI век** (0,4 %). ПФ *Крестовый поход* (первый предпринят в 1095 г.) составляет абсолютное число употреблений зарубежных феноменов указанного периода.

**XII век** (0,2 %). ПФ *Плач Ярославны*, относящийся к сфере-источнику «Литература», а именно к произведению «Слово о полку Игореве», является единственным в выделенный временной отрезок.

**XIII век** (0,4 %). Представлен ПФ, отсылающими к отечественной истории: ПС *Ледовое побоище* (1242 г.), *шапка Мономаха* (регалия русских великих князей и царей с XIII в.) и ПИ *Чингисхан* (Великий хан Монгольской империи 1206–1227 гг.). Указанные ПФ относятся к сфере-источнику «История и политика».

**XIV век** (0,8 %). Данный период представлен в заголовках российской прессы как отечественными, так и зарубежными ПФ: *Куликовская битва* (1380 г.), сфера-источник «История и политика»; *Божественная комедия* (1307 г.), *Столетняя война между Францией и Англией* (1337–1453 гг.), *Тамерлан* (1336–1405 гг.), представляющие сферы-источники «Литература», «История и политика» соответственно.

**XV век** (0,9 %). Большинство ПФ являются зарубежными: *Колумб* (в 1492 г. открыл Америку), *Война Алой и Белой розы* (1455–1487 гг.), *Леонардо да Винчи* (1452–1519 гг.). Многократны апелляции к ПФ *Третий Рим*, концепция которого в отечественной истории впервые была сформулирована митрополитом Зосимой.

**XVI век** (0,9 %). ПФ зафиксированы преимущественно в сфере-источнике «История и политика»: *Иван Грозный* (1530–1584 гг.), *Опричнина* (1565–1572 гг.) и выражение *русский медведь*, впервые появившееся в классических трудах С. Герберштейна («Записки о Московии», 1549 г.). Наблюдаются также отсылки к ПС *Варфоломеевская ночь* (1572 г.), ПИ *Гайд-парк*, первые упоминания о котором относятся к данному периоду, и *Хагенауэр*.

**XVII века** (3,6 %). Отмечается значительный подъем интереса к культуре указанного периода в современной российской прессе. Сфера-источник «Литература» представлена названиями произведений и героев У. Шекспира *Гамлет* (1601 г.), *Отелло* (1604 г.); С. Сааведры *Дон Кихот* (1605 г., 1615 г.). Значимой является сфера-источник «Мировая история и политика». Наиболее частотны ПФ *Карл I Стю-*

*арт* (1600–1649 гг.), *Иван Сусанин* (нанят отрядом поляков зимой 1612–13 гг. в качестве проводника в с. Домнино, где скрывался царь Михаил Федорович), *Гришка Отрепьев* (знаменит тем, что в 1604 г. выдал себя за царевича Дмитрия, став Лжедмитрием I), *Смута* (1598–1613 гг.). Зафиксированы ПФ сфер-источников «Музыка» *И. С. Бах* (1685–1750 гг.) и «Наука» *законы Ньютона* (1664–1666 гг.).

**Конец XVII–начало XVIII века** (4,0 %). Культура обозначенного периода значима в формировании корпуса ПФ, функционирующих в заголовках современной прессы. Наблюдаются отсылки к следующим явлениям отечественной и зарубежной истории: *Птенцы гнезда Петрова*, *Окно в Европу*, *Петровские реформы*, «*Британцы идут!*» (фраза «The British are coming!» принадлежит Полу Риверу, участнику Войны за независимость США 1775–1783 гг.), *Екатерина Великая* (1729–1796 гг.), *Мария-Антуанетта* (1755–1793 гг.). Сфера-источник «Литература» представлена произведениями *Путешествие из Петербурга в Москву* (А. Н. Радищев, 1790 г.), *Путешествия Гулливера* (Дж. Свифт, 1726 г.), а также ПИ *Вольтер* (1694–1778 гг.). К данному периоду относятся также ПФ сфер-источников «Наука» *Ломоносов* (1711–1765 гг.) и «Музыка» *Моцарт* (1756–1791 гг.).

**XIX век** (19,9 %). Время культурного и духовного подъема России. В связи с этим отмеченный период – один из наиболее значимых в корпусе ПФ, зафиксированных в российской прессе. Наиболее активна сфера-источник «Литература», так как произведения, датируемые указанным столетием, входят в золотой фонд мировой литературы и хорошо знакомы среднему представителю российского лингвокультурного общества по школьной программе. Наиболее частотны обращения к произведениям А. С. Пушкина (*Пир во время чумы* (1830 г.), *Сказка о золотом петушке* (1834 г.), *Моцарт и Сальери* (1826–1830 гг.), цитаты из поэмы *Евгений Онегин* (1823–1831 гг.)). Зафиксированы частые ссылки на произведения М. Ю. Лермонтова *Герой нашего времени* (1838–1840 гг.), цитата из «Бородино» *Смешались в кучи кони, люди* (1837 г.). Творчество Н. В. Гоголя представлено ПФ *Чичиков*; *Русь, куда ж несешься ты?* (поэма «Мертвые души», 1841 г.); *Ночь перед Рождеством* (1895 г.). Активно используется название поэмы Н. А. Некрасова *Кому на Руси хорошо?* (1874 г.). Частотны ссылки на произведения Л. Н. Толстого *Война и мир* (1869 г.) и *Анна Каренина* (1873–1875 гг.). Наблюдаются также обра-



щения к творчеству Ф. М. Достоевского *Униженные и оскорбленные* (1861 г.) и *Преступление и наказание* (1866 г.) и др. Зарубежная литература представлена произведениями: *Фауст* (И. Гете, 1808–1832 гг.), *Ярмарка тщеславия* (У. М. Теккерея, 1848 г.), *Принц и нищий* (М. Твен, 1881 г.).

К указанному периоду принадлежат ПФ со сферой-источником «Живопись и скульптура», имеющие русские истоки: *Грачи прилетели* (А. К. Саврасов, 1871 г.) и *Не ждали* (Е. И. Репин, 1884 г.).

Историческими и политическими реалиями XIX века, к которым наиболее часто обращаются современные журналисты, являются *Восстание декабристов* (1925 г.), *Сто дней Наполеона* (20 марта–22 июня 1815 г.), *Железный канцлер* (Отто фон Бисмарк (1815–1898 гг.)).

Частотны ПФ со сферой-источником «Музыка» *Иоланта* (опера П. И. Чайковского, 1892 г.), *Полет Валькирий* (Рихард Вагнер, 1856 г.).

**XX век** (48,9 %) – наиболее активный период в создании ПФ. В этой связи целесообразно проследить происхождение имен и явлений, ставших прецедентными, по десятилетиям и определить особенности каждого из рассматриваемых этапов.

**Таблица 3.**

Темпоральная классификация ПФ в заголовках российской прессы, датируемых XX в.

<b>XX век</b>	<b>ПФ, %</b>
<b>1900-е</b>	<b>2,9</b>
Отечественная	76,9
Зарубежная	23,1
<b>10-е</b>	<b>5,6</b>
Отечественная	100,0
Зарубежная	-
<b>20-е</b>	<b>10,0</b>
Отечественная	84,4
Зарубежная	15,6
<b>30-е</b>	<b>7,6</b>
Отечественная	88,2
Зарубежная	11,8
<b>40-е</b>	<b>5,6</b>
Отечественная	76,0
Зарубежная	24,0
<b>50-е</b>	<b>4,9</b>
Отечественная	81,8
Зарубежная	18,2
<b>60-е</b>	<b>16,9</b>

<b>XX век</b>	<b>ПФ, %</b>
Отечественная	94,7
Зарубежная	5,3
<b>70-е</b>	<b>18,2</b>
Отечественная	91,5
Зарубежная	8,5
<b>80-е</b>	<b>10,4</b>
Отечественная	70,2
Зарубежная	29,8
<b>90-е</b>	<b>18,0</b>
Отечественная	81,5
Зарубежная	18,5
<b>Итого</b>	<b>100,0</b>
Отечественная	85,8
Зарубежная	14,2

**1900-е годы (2,9 %).** Россия является еще Империей. Негативное отношение к определенным событиям и государственным деятелям отразилось в ПФ, функционирующих в современных заголовках СМИ: *Кровавое воскресенье* (1905 г.), *Александра Федоровна и Григорий Распутин* (историки считают, что именно перед лицом серьезной болезни сына в 1904 г. императрица обратилась к Г. Распутину, чье влияние ускорило падение династии). В указанный период также появляются партия эсеров (1902 г.), *Троцкий* (основатель антикоммунистического движения 1903 г.), свидетельствующие о революционных изменениях в обществе и ставших впоследствии прецедентными. Сферы-источники «Литература» и «Наука» представлены обращениями к ПФ *На дне* (М. Горьким, 1902 г.) и *Нобель* (фонд Нобеля создан в 1900 г.) соответственно.

**1910-е годы (5,6 %).** В России происходит революционный переворот, что отражается на ПФ, относящихся к обозначенному периоду. С одной стороны, наблюдаются обращения к культурным произведениям, созданным до 1917 г.: в сфере-источнике «Музыка» *Жизнь за царя* (опера шла в 1912 г. в день 300-летия династии), *Прощание славянки* (марш впервые исполнен осенью 1912 г. в Тамбове). Многократны обращения к названию картины К. С. Малевича *Черный Квадрат* (1915 г.). С другой стороны, большинство ПФ отражает революционный период. Наиболее активна сфера-источник «История и политика»: *Крейсер Аврора* (в 1917 г. дал холостым выстрелом сигнал к штурму Зимнего), *Взятие Зимнего* (1917 г.), *Октябрьская революция* (1917 г.). Создание лозунгов советского времени: *Пролетарии всех стран, объединяйтесь!*; *Говорим – Ленин, подразумеваем – партия* (В. В. Маяковский) и др.

**1920-е годы** (10,0 %). Апелляции, прежде всего, к сфере-источнику «Литература». Наблюдаются неоднократные ссылки на произведения В. В. Маяковского *Хорошо* (поэма 1927 г.), *Кем быть* (1927 г.), *Нашему юношеству* (1927 г.); М. А. Булгакова *Собачье сердце* (1925 г.); И. Ильфа и Е. Петрова *12 стульев* (1928 г.); детские произведения К. И. Чуковского *Федорино горе* (1921 г.), *Мойдодыр* (1923 г.); С. Я. Маршака *Детки в клетке*, *Дом, который построил Джек* (1923 г.). Многократны трансформации названия произведения *На западном фронте без перемен* (Э. М. Ремарк, 1929 г.) и *Прощай, оружие!* (Э. М. Хемингуэй, 1929 г.). Сфера-источник «История и политика» по сравнению с предыдущим периодом теряет свою активность и представлена ПФ *пятилетка* (введена с 1928 г.). Зафиксированы ссылки на ПФ сферы-источника «Живопись и скульптура» *Девушка с косой* (И. Е. Репин, 1929 г.).

**1930-е годы** (7,6 %). Культура указанного периода получила отражение в ПФ, функционирующих в заголовках отечественной прессы, большинство из которых относится к литературным произведениям: *Как закалялась сталь* (Н. А. Островский, 1932 г.), *Золотой теленок* (И. Ильф и Е. Петров, 1931 г.), *Золотой ключик* (А. Н. Толстой, 1936 г.), *Волшебник Изумрудного города* (А. М. Волков, 1939 г.). Значимы в современном газетно-журнальном дискурсе ПФ, отражающие исторические и политические реалии данного периода: *ГУЛАГ* (создан в 1934 г.), *пятая колонна* (впервые использована в Гражданской войне 1936–1939 гг. в Испании). Сфера-источник «Музыка» представлена репертуаром Л. О. Утесова *Любовь нечаянно нагрянет* (1939 г.), *Все хорошо, прекрасная маркиза* (1936 г.). Появляется сфера-источник «СМИ», а именно выражение *Говорит и показывает Москва*, впервые прозвучавшее в 1931 г. и ставшее прецедентным

**1940-е годы** (5,6 %). На первый план в анализируемом корпусе ПФ российской прессы вновь выходит сфера-источник «История и политика», что представляется следствием Второй мировой войны (1939–1945 гг.) и начала Холодной войны между СССР и США. Наиболее частотны *Гитлер* (ПИ вошло в отечественную культуру с началом Великой Отечественной войны в 1941 г.), *Уинстон Черчилль* (премьер-министр Великобритании в 1940–1945 гг.), *Железный занавес* (термин введен У. Черчиллем в 1946 г.), *Хиросима* (атомная бомба сброшена на город в

1945 г.). ПФ сфер-источников «Музыка» и «Киноискусство» носят патриотический характер: *Вставай, страна огромная* (впервые гимн исполнен в ночь на 1 января 1944 г.), *Не нужен мне берег турецкий* (песня «Летят перелетные птицы», 1948 г.) и *Подвиг разведчика* (фильм 1947 г.).

**1950-е годы** (4,9 %). Наиболее активны сферы-источники «Киноискусство» и «Музыка»: *В джазе только девушки* (в американском прокате «Некоторые любят погорячее», 1959 г.), песни *Если хочешь быть здоров* (фильм «Первая перчатка», 1955 г.), *Песенка Красной Шапочки* (песня из фильма «Про Красную Шапочку», 1978 г.) и *Первым делом самолеты* (песня из фильма «Небесный тихоход», 1950 г.). В современный корпус ПФ сферы-источника «История и политика» вошли: лозунг *Пьянству – бой!* (под ним проходила антиалкогольная кампания 1958 г.); *Эрнесто Че Гевара* (команданте Кубинской революции 1959 г.); *Фидель Кастро* (руководитель Кубы с 1959 г.). В заголовках российской прессы зафиксированы ПФ сферы-источника «Живопись и скульптура» – *Опять двойка* (Ф. П. Решетников, 1952 г.).

**1960-е годы** (16,9 %). В данный отрезок времени создается классика советского кино: *Девчата* (1961 г.), *Кавказская пленница* (1966 г.), *Бриллиантовая рука* (1968 г.), *Доживем до понедельника* (1968 г.), *Деревенский детектив* (1968 г.), *Белое солнце пустыни* (1969 г.) и др., получившая отражение в современном корпусе ПФ. Название фильма *Ограбление по-итальянски* (1969 г.) также используется в заголовках российской прессы. Сфера-источник «Литература» представлена апелляциями к повести Э. Успенского *Крокодил Гена и его друзья* (1966 г.), произведению М. А. Булгакова *Мастер и Маргарита* (роман опубликован в 1966 г.). Сфера-источник «Музыка» – ссылками на творчество В. С. Высоцкого «Диалог у телевизора», (фраза *Где деньги, Зин?*), «Песня о друге» (фраза *И не друг, и не враг*, 1966 г.); песнями *Солнечный круг* (1962 г.), *Московские окна*, *Песня о любви*. Сфера-источник «История и политика» представлена знаменитым обещанием Н. С. Хрущева *показать кузькину мать* на 15 Ассамблее ООН 21 сентября 1960 г. Впервые появляется сфера-источник «Экономика»: *ОПЕК* (1960 г), ставшая прецедентной. Наблюдаются обращения к сфере-источнику «Живопись и скульптура» *Родина-мать зовет!* (завершена в 1967 г.).

**1970-е годы** (18,2 %) играют важную роль в формировании корпуса ПФ, функционирующих в заголовках российской прессы изучаемого периода. Наиболее частотны ПФ сферы-источника «Киноискусство»: *Корона Российской Империи* (1971 г.), *Джентльмены удачи*, (1971 г.), *Иван Васильевич меняет профессию* (1973 г.), *Ирония судьбы, Или С легким паром* (1977 г.), *Служебный роман* (1977 г.), *Москва слезам не верит* (1979 г.) и др. Из зарубежных фильмов наблюдаются ссылки на *Звездные войны* (1-й фильм вышел в СССР в 1975 г.), *И целого мира мало* (19-й фильм о Джеймсе Бонде). Также широко представлены ПФ, являющиеся строками и названиями песен, написанных в данный период: *Эхо любви* (впервые исполнила А. Герман в 1972 г.), *Мой адрес – Советский Союз* (ансамбль «Самоцветы», 1972 г.), *Все могут короли* (исполнила А. Б. Пугачева, 1978 г.). Впервые в корпусе ПФ зафиксирована ссылка на песню американского происхождения *Отель Калифорния* (группа «Eagles», 1977 г.). Сфера-источник «Мультфильмы» представлена ПФ, созданными на основе мультфильмов *Ну, погоди!* (1974 г.), *Кот Леопольд* (1975 г.). В рассматриваемый период в русское лингвокультурное общество входит произведение *Властелин колец* (на русский язык «Властелин колец» переведен в 1976 г. А. А. Грузбергм).

**1980-е годы** (10,4 %) значимы в формировании ПФ, зафиксированных в современной российской прессе. Активна сфера-источник «Музыка»: *Миллион алых роз* (А. Б. Пугачева, 1983 г.), *Скованные одной цепью* (группа «Наутилус Помпилиус»), *Музыка нас связала* (группа «Мираж»). Весьма продуктивна сфера-источник «Киноискусство» благодаря фильмам отечественного и зарубежного происхождения: *Любовь и голуби* (1982 г.), *Зимняя вишня* (1985 г.), *Кошмар на улице Вязов* (1984 г.), *Восставшие из ада* (1987 г.), *Крепкий орешек* (1988 г.). Данный период отмечен историческими и политическими реалиями, получившими статус прецедентных: *Перестройка*, *Железная Леди* (М. Тэтчер, премьер-министр Великобритании 1979–1990 гг., известна как «железная леди»). Впервые зафиксирована сфера-источник «Теракты и катастрофы»: *Аль-Каида* (организация основана в середине 80-х) и *Чернобыль* (прецедент создан в 1986 г.).

**1990-е годы** (18,0 %). Характерно разнообразие сфер-источников культурного знания. Наиболее частотной является сфера «Музыка», куда входят: *Погода в доме*

(исполнитель Л. Долина), *Гуд-бай, Америка* (группа «Наутилус Помпилиус»), *Стюардесса по имени Жанна* (исполнитель В. Пресняков), *Я его слепила из того что было* (исполнитель А. Апина). Неоднократны апелляции к сфере-источнику «Киноискусство»: *Утомленные солнцем* (1994 г.), *Любить по-русски* (1995 г.), *Особенности национальной охоты* (1995 г.). Наблюдается рост ПФ, основанных на зарубежных кинофильмах: *Один дома* (1990 г.), *Титаник* (1997 г.), *Шестое чувство* (1999 г.), *Сбежавшая невеста* (1999 г.). Явления, ставшие прецедентными и вошедшие в сферу-источник «СМИ», датируются преимущественно исследуемым периодом. Корпус ПФ пополняется названиями новых для российского телевидения форматами телепередач *Поле чудес* (1990 г.), *Сам себе режиссер* (1992 г.), *Пока все дома* (1992 г.); сериалов *Улица разбитых фонарей* (1997 г.), *Мелочи жизни* (1992 г.), *Богатые тоже плачут* (на российских экранах вышел в 1991 г.). Бóльшая часть рекламных слоганов, используемых в заголовках российской прессы, создается также в рассматриваемый период (см. подробно параграф 2.2.1.). Активна сфера-источник «История и политика». Наиболее частотные ПФ: *Кучма* (президент Украины 1994–2005 гг.), *Ельцин* (президент РФ 1991–1999 гг.), *хотели как лучше, получилось как всегда* (фраза принадлежит В. С. Черномырдину). В связи с экономическими изменениями в обществе появляется сфера-источник «Экономика», представленная названиями компаний *Юкос* (создана в 1992 г.), *Дом Селенга* (появился в 1992 г.), ставшими прецедентными.

Корпус ПФ **XXI века** (6,4 %) в данный момент находится в стадии формирования. Тем не менее, мы можем уже сейчас определить некоторые тенденции, свойственные современному периоду. Так, сравнительно одинаковое количество отечественных и зарубежных ПФ (54,2 % и 45,8 % соответственно) позволяет говорить об открытости русской культуры в XXI веке, что соответствует мировым тенденциям глобализма. Значимой становится сферой культурного знания «Киноискусство», причем наиболее активны ПФ американского происхождения: *Реквием по мечте* (2000 г.), *Чего хочет женщина* (2000 г.), *Убить Билла* (2003 г.), *Трудности перевода* (2003 г.); российского кинематографа *Космос как предчувствие* (2005 г.), *Бой с тенью* (2005 г.). Частотны ПФ, созданные на основе литературных произведений и в скором времени экранизированные: *Код да Винчи* (в России появился в 2003 г., экранизирован в 2006 г.), *Гарри Поттер* (издан в России в 2000 г., первый фильм

появился в 2001 г.), *Ночной дозор* (написан в 1998 г., экранизирован в 2004 г.), *Турецкий гамбит* (написан в 1998 г., кинопремьера в 2004 г.). Значимой остается сфера-источник «СМИ», представленная названиями сериала *Секс в большом городе* (на российских экранах с 2003 года), шоу *За стеклом* (2001 г.), *Пусть говорят* (2005 г.) а также сайтом *Одноклассники* (2006 г.). В сфере-источнике «История и политика» зафиксированы ПФ *Путин* (президент РФ 2000–2008 гг.), *Кондопога* (прецедент создан в 2006 г.), *Кадыров* (президент Чеченской Республики с 2007 г.). Сфера-источник «Музыка» представлена двумя ПФ: *Нас не догонят* (гр. «Тату»), *Вне зоны доступа* (гр. «Город–312», саундтрек к фильму «Питер FM», 2006 г.).

Итак, исследование ПФ, проведенное в соответствии с предложенной классификацией, позволяет выявить наиболее значимые периоды в формировании ПФ отечественного и зарубежного происхождения в заголовках российской прессы.

Далее представляется целесообразным перейти к соответствующей классификации ПФ, используемых в заголовках британской прессы, с целью их последующего сопоставительного анализа.

### **2.3.2. Темпоральная классификация прецедентных феноменов в заголовках британской прессы**

Анализ англоязычной прессы позволил выделить временные периоды, значимые в формировании корпуса ПФ, функционирующих в заголовках.

В первый период (**IV до н.э.–II вв.**), составляющий 12,9 % исследуемых единиц, входят ПФ античного происхождения. Культура Древнего Рима и Древней Греции получила отражение в сферах-источниках «Литература» (*басни Эзопа*), «Наука» (*Plato, Archimedes*), «Мировая история и политика», (подгруппы «Крылатые латинские выражения» и «Мифология», подробно представленные в параграфе 2.3.2. настоящего исследования). Подгруппа «Христианство» (сфера-источник «Религия») также включена в рассматриваемый период, поскольку к II веку н.э. заканчивается написание Нового Завета, ссылки на который зафиксированы в заголовках британской прессы. К данному временному отрезку относится также ПФ *Albion*, наиболее древнее название Великобритании, относящееся к сфере-источнику «Мировая история и политика».

**III век** (0,1 %). Появляется научно-философский трактат *Kama Sutra* (сфера-источник «Наука»).

Явления, датируемые **IV–VII векам**, в заголовках британской прессы не зафиксированы.

**VIII век** (0,1 %). Нашел отражение в апелляции к *Viking*, первые упоминания о котором в Англо-саксонских хрониках относятся к 793 г.

**XI век** (0,7 %). Представлен сферой-источником «Мировая история и политика»: *Canute the Great* (король Англии, Дании, Норвегии и Швеции, 995–1035 гг.), *tsar* (понятие появляется в 917 г.).

**XII век** (0,8 %). В британском газетно-журнальном дискурсе указанный период получил выражение в ПФ *Knights Templar* (орден создан в 1119 г.) и *Richard the Lion Heart* (1157–1199 гг.) сферы-источника «Мировая история и политика».

**XIII век** (0,9 %) представлен ПФ *Magna Carta* (1215 г.) и *the Medici* (генеалогическое древо данной семьи начинается в 1360 г.)

**XIV век** (1,4 %). В корпусе ПФ, зафиксированных в заголовках британской прессы, наиболее частотны обращения к сфере-источнику «Живопись, архитектура, скульптура» – *Renaissance*. Сфера-источник «Народные сказки и легенды» представлена персонажами из сказаний о национальном герое Англии Робин Гуде (*Robin Hood*). Значимыми по частоте употреблений являются апелляции к *Hundred Years' War* (1337–1453 гг.), сфера-источник «Мировая история и политика».

**XV век** (0,5 %). Впервые становится активной сфера-источник «Литература», представленная ПФ *the Tales of Canterbury Pilgrims* 1484 г. Сфера-источник «Мировая история и политика» выражена ПФ *Witch Hunt* (явление стало массовым после выхода «ведовской буллы» папы Иннокентия VIII в 1484 г.), *Henry V* (король Англии, годы правления 1413–1422 гг.).

**XVI век** (6,4 %). Наиболее значима сфера-источник «Государственная символика», поскольку рассматриваемый период – время географических открытий, путешествий англичан в иные страны, что приводит к росту ПФ иностранного происхождения: *Russian Bear*, *The Land of the Rising Sun*; появляются ПФ *the Thistle*, *Kilt* (символы Шотландии) и *the Rose* (символ Англии). К указанному относится также ряд произведений У. Шекспира, ссылки на которые зафиксированы в заголовках



современной британской прессы: *Romeo and Juliet* (1591 г.), *A Midsummer Night's Dream* (1594 г.), *the Taming of the Shrew* (1590 г.).

**XVII век** (5,7 %). Большинство ПФ, основанных на реалиях исследуемого временного отрезка, относится к сфере-источнику «Литература» в связи с высокой частотностью апелляций к творчеству У. Шекспира (*Hamlet* (1601 г.), *Othello* (1604 г.)) и произведению С. Сааведры *Don Quixote* (1605 г., 1615 г.). Весьма активной является сфера-источник «Мировая история и политика»: ПФ *the Great Plague* (1666 г.), *a 17th-century absolute monarch*, *American Slavery* (1607–1865 гг.).

**XVIII век** (3,0 %). Наиболее частотны обращения к ПФ, основанным на произведениях *Gulliver's Travels* (1726 г.) и *Beauty and the Beast* (1740 г.). В сфере-источнике «Мировая политика и история» зафиксированы многократные обращения к цитатам из *Конституции США* (1787 г.), *Декларации Независимости США* (1776 г.), а также к высказыванию *The British are coming*, ставшему прецедентным во времена Войны за Независимость США (1775–1783 гг.). Зафиксированы также обращения к ПФ *Bald Eagle* (с 1782 г.) сферы-источника «Государственная символика». Сфера-источник «Музыка» представлена ПФ *Opera Buffa* (2-я половина XVIII в.), *Should auld acquaintance be forgot* (с 1788 г. исполняется на Новый год в англоязычных странах), *United we stand, divided we fall* (строки из революционной песни Джона Диккенсона, опубликованной в 1768 г.).

**XIX века** (18,0 %). Согласно анализу ПФ, зафиксированных в заголовках британской прессы, наблюдается высокий интерес к культуре рассматриваемого периода. Наиболее значима сфера-источник «Литература»: *Alice in Wonderland* (1864 г.); романы Джейн Остен *Sense and Sensibility* (1811 г.) и *Pride and Prejudice* (1813 г.); роман-эпопея *War and Peace* (1865 г.), сказка *the Princess and the Pea* (1846 г.) и др. Сфера-источник «Мировая история и политика» также весьма востребована благодаря частому использованию ПФ *Napoleon* (Император Франции, 1804–1815 гг.), *Karl Marx* (1818–1883 гг.), *Victorians*. Создаются музыкальные произведения, ставшие прецедентными: *Go down, Moses* (1872 г.), *Home! Sweet Home!* (1823 г.). ПФ сферы-источника «Экономика»: *Supply and Demand* (закон сформулирован в 1890 г.), *M&S* (1845 г.), *Dabbawala* (появились в 1880 г.). Зафиксированы ПФ *Van Gogh* (1853–1900 гг.), *Piccadilly Circle* (1819 г.) сферы-источника «Живопись, скульптура,

архитектура». В заголовках британских СМИ используются ПФ, основанные на реалиях из сферы-источника «Спорт»: *Manchester United* (клуб основан в 1878 г.), *Wimbledon* (турнир проводится с 1877 г.), «Кулинарное дело» (*American Apple Pie*), «Наука» (*Charles Darwin* (1809–1882 гг.)).

**XX век** (41,9 %) является востребованным в корпусе ПФ, зафиксированных в заголовках современной прессы. В связи с этим необходимо проанализировать культуру данного периода по десятилетиям, сохраняя деление на ПФ британского и зарубежного происхождения. Количественные данные представлены в таблице 4.

Таблица 4.

Темпоральная классификация ПФ в заголовках британской прессы, датируемых XX в.

<b>XX век</b>	<b>ПФ, %</b>
<b>1900-е</b>	<b>3,2</b>
Британская	60,0
Зарубежная	40,0
<b>10-е</b>	<b>4,5</b>
Британская	71,4
Зарубежная	28,6
<b>20-е</b>	<b>5,5</b>
Британская	47,1
Зарубежная	52,9
<b>30-е</b>	<b>7,1</b>
Британская	31,8
Зарубежная	68,2
<b>40-е</b>	<b>12,6</b>
Британская	61,5
Зарубежная	38,5
<b>50-е</b>	<b>7,1</b>
Британская	50,0
Зарубежная	50,0
<b>60-е</b>	<b>13,2</b>
Британская	61,0
Зарубежная	39,0
<b>70-е</b>	<b>15,2</b>
Британская	59,6
Зарубежная	40,4
<b>80-е</b>	<b>14,2</b>
Британская	59,1
Зарубежная	40,9
<b>90-е</b>	<b>17,4</b>
Британская	42,6
Зарубежная	57,4
<b>Итого</b>	<b>100,0</b>
Британская	54,2
Зарубежная	45,8

**1900-е годы** (3,2 %). Период появления реалий, относящихся, прежде всего, к блоку «Искусство». Сфера-источник «Литература»: *the Wind in the Willows* (произведение написано в 1908 г.), *the Heart of Darkness* (новелла опубликована в 1902 г.), сферы-источники «Киноискусство» (*Western*), «Живопись, скульптура, архитектура» (*the Thinker*, 1904 г.), «Праздники, развлечения» (*Las Vegas*, 1905 г.).

**1910-е годы** (4,5 %). Для явлений, датируемых указанным периодом и ставших затем прецедентными, актуальны сферы-источники «Литература» и «Мировая история и политика», где главной становится военная тематика, что является следствием политической ситуации в мире (Первая Мировая Война (1914–1918 гг.), Октябрьская Революция в России (1917 г.)): *to wave flag of bleeding hearts* (строка из военной лирики Эдгара Геста, 1918 г.) и *Bolshevik, Lenin* соответственно.

**1920-е годы** (5,5 %). Согласно результатам анализа современных заголовков с указанных позиций, в послевоенное время вновь наблюдается подъем интереса к блоку «Искусство», что подтверждается частотами обращения к сферам-источникам «Литература» (*American Tragedy* (1925 г.), *A Farewell to Arms* (1929 г.)), «Киноискусство» (*Oscar*, премию стали вручать с 1927 г.). Впервые отмечается сфера-источник «Мультфильмы, комиксы»: *Mickey Mouse* (1928 г.). ПФ *Einstein*, сферы-источника «Наука» мы также относим к рассматриваемому периоду в связи с получением ученым Нобелевской Премии в 1921 г. Сфера-источник «Мировая история и политика» представлена ПФ *the 1920s*, означающим период послевоенного расцвета.

**1930-е годы** (7,1 %). Возрастает актуальность сферы-источника «Мировая история и политика», что получило отражение в частых апелляциях к ПФ *Hitler* (правил Германией 1934–1945 гг.), *Nazis, the Second World War* (1939–1945 гг.). Сфера-источник «Экономика» представлена ПФ *the Great Depression* (явление коснулось Великобритании в 1930 г.). Сфера-источник «Государственная символика» – ПФ *the American Dream* (концепция впервые изложена в книге «The Epic of America», 1931 г.). В данный период появляются фильмы *It's a Wonderful World* (комедия 1939 г.), *the Man Who Changed His Mind* (фильм ужасов 1937 г.), ставшие прецедентными. Зафиксированы обращения к сфере-источнику «Мультфильмы, комиксы» и «Литература»: *Superhero* (герой появился в 1938 г.), *Mervyn Laurence*

*Peake* (успех пришел в 1930-е гг., известен в первую очередь как автор 3-х книг о Титусе Гроане), *Mary Poppins* (1934 г.) соответственно.

**1940-е годы** (12,6 %). В заголовках британской прессы первостепенны реалии сферы-источника «Мировая история и политика»: *Cold War* (1946–1991 гг.), *Stalin, Lost Decade, Winston Churchill, the Ghost Army*. Создаются произведения *For Whom the Bell Tolls* (Э. Хемингуэй, 1940 г.), *Animal Farm* (Дж. Оурелл, 1945 г.), *The Little Prince* (А. де Сент-Экзюпери, 1943 г.). Блок «Искусство» представлен в данный период сферами-источниками «Киноискусство» (*Now, Voyager* 1942 г.) и «Музыка» (*rock'n'roll*, направление зародилось в 40-е годы). Зафиксировано появление *Honda* и *Hummer* сферы-источника «Техника», ставших прецедентными.

**1950-е года** (7,1 %). Наиболее активны сферы-источники «Литература»: ПФ *Lord of the Flies* (роман опубликован в 1954 г.), *James Bond* (персонаж создан в 1953 г.), *Lord of the Rings* (издан в 1954 г.); «Киноискусство» – *Marilyn Monroe* (популярность к актрисе пришла в 1950 г.), *Some Like It Hot* (фильм вышел в 1959 г.). В сфере-источнике «Мировая история и политика» значимы ПФ *Mr. Nyet* (в западном мире это имя закрепилось за министром иностранных дел СССР Андреем Громыко, 1957–1985 гг.), *César Chávez* (с 1952 г. возглавлял организацию по борьбе за права латиноамериканских рабочих), *Domino Theory* (термин возник в 50-е гг.).

**1960-е года** (13,2 %). Значительная доля ПФ, возникших на почве реалий указанного периода, относится к сфере-источнику «Музыка»: творчество группы «Beatles» (*Eight days a Week* (1965 г.), *All You Need is Love* (1967 г.)), «Queen» (*Freddie Mercury*, музыкальная карьера началась в 1969 г.), «The Mama & the Papas» (*California Dreamin'* (1965 г.), *Ready Steady Go!* (британская музыкальная программа, выходившая в эфир с 1963 г.). Важной является также сфера-источник «Киноискусство»: *It's a Mad, Mad World* (фильм 1963 г.), *The Good, the Bad and the Ugly* (1966 г.). Сфера-источник «Мюзиклы» представлена *Promises, Promises* (1968 г.). В указанный период создается *Doctor Who* (научно-фантастический сериал BBC, выходит с 1963 г.) сферы-источника «Радио, телевидение». В сфере-источнике «Мировая история и политика» значимым становится *the Wind of Change Speech* (1960 г.). В сфере-источнике «Экономика» частотны обращения к *Silicon Valley* (впервые название использовано

11 января 1971 г. журналистом Доном Хефлером), получившей статус прецедентной. Появляется сфера-источник «Интернет» – *World Wide Web* (1969 г.).

**1970-е годы** (15,2 %). Наиболее частотны обращения к *Star Wars* (1977 г.), *the Scent of a Woman* (1974 г.), *Last Tango in Paris* (1972 г.). Вырастает количество ПФ, относящихся к сфере-источнику «Мировая история и политика»: *Lord Lambton* (апелляция к 1973 г., поворотному в его карьере), ПС относительно нахождения американских войск во Вьетнаме, *Margaret Thatcher* (премьер-министр Великобритании с 1979 г.), *Donald Rumsfeld* (министр обороны США 1975–1977 гг.).

**1980-е годы** (14,2 %) играют значимую роль в формировании корпуса ПФ, зафиксированных в заголовках британской прессы 2005–2009 гг. На первый план выходит сфера-источник «Музыка», где наиболее частотными являются *Lady in Red* (Chris De Burgh, 1986 г.), *the Winner Takes It All* (ABBA, 1980 г.), *An Englishman In New York* (Sting, 1987 г.), *Friends will be friends* (Queen, 1986 г.), *Woman In Love* (Barbara Streisand, 1980 г.). В заголовках представлены ПФ сферы-источника «Литература», где наблюдаются ссылки на произведения *Big Brother* (G. Orwell, 1984 г.), *A Walk In The Woods* (Lee Blessing, 1988 г.), *A General in His Labyrinth* (Gabriel García Márquez, 1989 г.). В сфере-источнике «Киноискусство» частотны *A Nightmare on Elm Street* (1984 г.), *The Morning After* (1986 г.). Вновь активна сфера-источник «Мировая история и политика»: *Gorbachev* (1985–1991 гг.), *the Berlin Wall* (1989 г.).

**1990-е годы** (17,4 %). Значимой для современного корпуса ПФ газетно-журнального дискурса Великобритании стала в указанный период сфера-источник «Музыка»: *Show must go on* (Queen, 1991 г.), «Литература», благодаря появлению *Harry Potter* (Джоан Роулинг, 1997 г.). Частотна сфера-источник «Киноискусство», где наблюдаются апелляции к фильмам *the Silence of the Lambs* (1991 г.), *Mission Impossible* (1996 г.), *City of Angels* (1998 г.), *Run, Lola, Run* (1998 г.). Весьма активной становится сфера-источник «Радио и телевидение» в связи с апелляциями к ПФ *the Sopranos* (сериал вышел в 1999 г.), *X-Files* (сериал стартует в 1998 г.), *Stars in Their Eyes* (телешоу в эфире с 1990 г.), *A Giant at My Shoulder* (с 1999 г.). В сфере-источнике «Спорт» появляется *David Beckham* (футбольная карьера с 1993 г.), «Наука» ПФ *Dolly* (клонирована в 1996 г.). Высокочастотна сфера-источник «Мировая история и политика» благодаря ПФ *Kosovo* (в частности 1996 – 1998 гг.), *Tony*

*Blair* (вступил в должность в 1997 г.), *the Comeback Kid* (прозвище Билла Клинтона в связи с его переизбранием на второй срок в 1996 г.). В сфере-источнике «Экономика» значимы *Bill Gates* (в 1996 г. стал самым богатым человеком в мире) и *Bubble Economy* (экономический кризис 90-х в Японии).

**XXI век (7,4 %).** Хотя корпус ПФ в настоящий момент постоянно пополняется новыми ПФ, можно проследить основные тенденции, свойственные указанному временному отрезку. В отличие от предыдущих периодов здесь не актуален блок «Искусство», поскольку явления, относящиеся к данным сферам-источникам, требуют времени для осмысления и оценки. Наиболее частотными становятся следующие сферы-источники: «Теракты и катастрофы» (9/11 (2001 г.) и 7/7 (2005 г.)), что отражает современную напряженную ситуацию, и «Мировая история и политика», представленная наиболее заметными политиками на мировой арене: *Barack Obama* (вступил в должность в 2009 г.), *Gordon Brown* (в должности с 2007 г.), *George Bush* (2001–2009 гг.). В сфере-источнике «Экономика» создан ПФ *Enron Scandal* (2001 г.) и *Betamax Disaster* (2005 г.). Важной также является сфера-источник «Радио и телевидение»: *Desperate Housewives* (на экранах с 2004 г.), *the Fear Factor* (появился в 2001 г.), *the Moment of Truth* (в эфире с 2008 г.).

Итак, проведенная классификация ПФ в британском газетно-журнальном дискурсе позволяет выделить временные отрезки, значимые в формировании настоящего корпуса ПФ, а также сферы-источники, которые актуальны в выявленные периоды. В таблице 5 приведены полученные результаты:

Таблица 5.

Сопоставительная темпоральная классификация ПФ российской и британской прессы

Периодизация, культура	Российская пресса, ПФ, %	Британская пресса, ПФ, %
<b>IX век до н.э.-II век н.э.</b>	<b>12,5</b>	<b>12,9</b>
Отечественная	-	1,1
Зарубежная	100,0	98,9
<b>III век</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>
Отечественная	-	-
Зарубежная	100,0	100,0
<b>IV век</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Отечественная	-	-
Зарубежная	-	-
<b>V век</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Отечественная	-	-
Зарубежная	-	-

Периодизация, культура	Российская пресса, ПФ, %	Британская пресса, ПФ, %
<b>VI век</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Отечественная	-	-
Зарубежная	-	-
<b>VII век</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>
Отечественная	-	-
Зарубежная	100,0	-
<b>VIII век</b>	<b>0,0</b>	<b>0,3</b>
Отечественная	-	-
Зарубежная	-	100,0
<b>IX век</b>	<b>0,8</b>	<b>0,0</b>
Отечественная	100,0	-
Зарубежная	-	-
<b>X век</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>
Отечественная	100,0	-
Зарубежная	-	-
<b>XI век</b>	<b>0,4</b>	<b>0,7</b>
Отечественная	25,0	80,0
Зарубежная	75,0	20,0
<b>XII век</b>	<b>0,2</b>	<b>0,8</b>
Отечественная	100,0	66,7
Зарубежная	-	33,3
<b>XIII век</b>	<b>0,4</b>	<b>0,9</b>
Отечественная	100,0	71,4
Зарубежная	-	28,6
<b>XIV век</b>	<b>0,8</b>	<b>1,4</b>
Отечественная	28,6	70,0
Зарубежная	71,4	30,0
<b>XV век</b>	<b>0,9</b>	<b>0,5</b>
Отечественная	25,0	50,0
Зарубежная	75,0	50,0
<b>XVI век</b>	<b>3,6</b>	<b>6,4</b>
Отечественная	9,1	68,1
Зарубежная	90,9	31,9
<b>XVII век</b>	<b>0,9</b>	<b>5,7</b>
Отечественная	50,0	92,9
Зарубежная	50,0	7,1
<b>XVIII век</b>	<b>4,0</b>	<b>3,0</b>
Отечественная	75,7	36,4
Зарубежная	24,3	63,6
<b>XIX век</b>	<b>19,9</b>	<b>18,0</b>
Отечественная	69,4	54,9
Зарубежная	30,6	45,1
<b>XX век</b>	<b>48,9</b>	<b>41,9</b>
Отечественная	85,8	54,2
Зарубежная	14,2	45,8
<b>XXI век</b>	<b>6,4</b>	<b>7,4</b>
Отечественная	54,2	49,1
Зарубежная	45,8	50,9
<b>Итого</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Итак, как показывает анализ ПФ с указанных позиций в газетно-журнальном дискурсе России и Великобритании, первым значимым периодом становится эпоха античности, которая получила выражение в обращении к древнегреческой науке, мифам, высказываниям знаменитых людей и истории древнеримской эпохи. Следующий существенный подъем в российской прессе относится к XIX в. – периоду важных исторических событий в России и за рубежом, времени создания классических литературных, музыкальных произведений, известных полотен русских живописцев. Рассматриваемый период входит в обязательную образовательную программу среднего представителя русского лингвокультурного общества, что объясняет высокую частотность ПФ, возникших в указанный временной отрезок. Данный факт свидетельствует о схожих тенденциях, зафиксированных и в британской прессе. Наиболее значимую роль в формировании корпусов ПФ исследуемых лингвокультурных обществ играет XX в., а именно 60–90-е гг., где акцент смещается на массовую культуру (активны сферы-источники «Киноискусство», «Музыка», «Мультипликация», «Радио и телевидение») и политику. Отметим, что последняя как источник прецедентности приобретает особую значимость в заголовках российской прессы в конце XX в., что обусловлено бурными политическими и экономическими изменениями в России. Корпус ПФ, датируемых XXI в., находится в настоящий момент в стадии формирования, что объясняется низкой частотностью по сравнению с предыдущим периодом. Тем не менее, очевидно, что в российском газетно-журнальном дискурсе первостепенной является сфера-источник «Киноискусство», тогда как в британском наблюдается высокая частотность сфер-источников «Теракты и катастрофы», «Мировая история и политика», «Экономика», что свидетельствует, как нам кажется, о совершенно ином настрое британского общества.

Далее проанализируем зарубежные ПФ, зафиксированные в заголовках российской и британской прессы.

#### **2.4. Классификация прецедентных феноменов в заголовках российской и британской прессы по национально-культурным истокам**

Классификация ПФ по национально-культурными истоками актуальна в работах, посвященных изучению рекламного (Кушнерук 2006, Илюшкина 2008, Чистова



2009), политического (Ворожцова 2007) и газетно-журнального (Боярских 2008, Добросклонская 2008) дискурсов. Исследователи отмечают принцип национального детерминизма при отборе ПФ, бóльшую открытость российского лингвокультурного общества по сравнению с британским и американским.

Необходимость анализа объясняется тем, что, усваивая эталоны культуры, сообщество людей приобретает некоторую национально-маркированную систему координат, которая фиксируется в языковом сознании и проявляется в дискурсе (Красных 2003). Следовательно, цель исследования с указанных позиций заключается в определении областей знания иных культур, актуальных для представителей изучаемого лингвокультурного общества, к которым обращаются российские и британские журналисты при создании заголовков.

Следует отметить, что согласно терминологии, принятой в настоящей работе, в данном параграфе исследуются транснациональные ПФ. Анализу подвергаются сферы-источники, выступающие символом этнической самобытности. К ним мы относим выделенные нами блоки: «Искусство», «Фольклор», «История и политика», «Общество», «СМИ». Поскольку религия не представляет собой специфически национальную систему воззрений, не связана с внешними проявлениями национальной самобытности, она не будет учитываться в классификации. Принятое положение также справедливо для блока «Космос». Промежуточное положение занимает блок «Наука»: предполагается, что ПФ, относящиеся к философским течениям, имеют национальную специфику и будут рассматриваться в настоящем параграфе.

Критерии, на основании которых осуществляется распределение ПФ: страна, где родился человек или создан прецедент с его участием, произошло событие или написан текст. Основу классификации составляют части света, где, в свою очередь, выделяются страны, апелляции к которым были обнаружены в процессе анализа практического материала.

### 2.4.1. Классификация прецедентных феноменов по национально-культурным истокам в российской прессе

В заголовках российской прессы используется подавляющее большинство ПФ, имеющих русские истоки (82,9 %), что подтверждает высказанное предположение о национально детерминированном отборе ПФ (см. также Костомаров, Бурвикова 2003, Пикулева 2003, Слышкин 2000, Черногрудова 2003). Исследуемые единицы входят в состав всех выделенных нами сфер-источников культурного знания, за исключением «Мифологии», «Религии». Проведенный анализ также позволил выявить сферы-источники, имеющие отсылку только к русской культуре. К ним мы относим блоки «Общество» (сферы-источники «Экономика», «Образование»), «СМИ» (сфера-источник «Интернет»), «Искусство» (сфера-источник «Мультфильмы»), «Фольклор» (сферы-источники «Пословицы и поговорки», «Анекдоты»). Поскольку анализ ПФ отечественного происхождения подробно представлен в параграфе 2.2.1. настоящего исследования, перейдем к анализу использования транснациональных ПФ, под которыми мы понимаем единицы, известные представителям как минимум двух национальных культур, обладающим энциклопедическими знаниями.

#### Европа (93,3 %)

Первое место по частоте обращений российских журналистов занимает культура Великобритании (5,0 %), наиболее широко представленная ПФ сферы-источника «Художественная литература», куда входят названия произведений У. Шекспира «Укрощение строптивой», «Много шума из ничего», «Ромео и Джульетта», «Гамлет» и первые строки из монолога Гамлета «Быть или не быть?». Частотны обращения к произведениям Уильяма М. Теккерея «Ярмарка тщеславия», Дж. Свифта «Приключения Гулливера», Л. Кэрролл «Алиса в стране чудес», Дж. Р. Толкиена «Властелин колец», Р. Стивенсона «Остров сокровищ».

*Кровавая ярмарка тщеславия* (АиФ, 21.03–27.03.07);

*Автор в зазеркалье* (НВ, 29.10.06).

В заголовках российских СМИ также зафиксированы ПФ сфер-источников «Государственная символика» и «Политика и история». Наиболее часто упот-

ребляемыми стали ПВ, произносимое по случаю смерти суверена «*Король умер, да здравствует король!*», ПИ премьер-министра *Маргарет Тэтчер (Железная Леди), Леди Ди*, имя принцессы *Уэльской Дианы Спенсер*; ПС *Война белой и красной розы*.

*Лагеря закрыты. Да здравствуют лагеря!* (АиФ, 20.06–26.06.07);

*"Железная леди" оранжевой революции* (НВ, 3.12.06).

Культура Великобритании также нашла отражение в сфере-источнике «**Популярная музыка**», представленная названием песни группы Queen “*Show must go on*”.

*Драма must go on* (НВ, 25.09.05);

Культура Франции (1,9%) как источник ПФ широко представлена «**Художественной литературой**». Наиболее частотны отсылки к произведениям Ж. Верна «*Дети капитана Гранта*», О. де Бальзака «*Шагреневая кожа*», А. Дюма «*Три мушкетера*», сказкам Ш. Перро «*Спящая красавица*», «*Кот в сапогах*».

*Дети капитана Гранта* (РГ, 21.07.05);

*Спящая красавица* (АиФ, 13.06–19.06.07).

В сфере-источнике «**Политика и история**» значимы ПФ «*Сто дней правления Наполеона*», «*Мария Антуанетта*»; высказывание, принадлежавшее Жанне Антуанетте Пуассон и ложно приписываемое Людовику XV, «*После нас хоть потоп*», ставшее девизом королевского окружения, известного распущенностью нравов.

*Сто дней Меркель* (РГ, 2.03.06);

*Как Хазанов стал Наполеоном* (РВ, 7.12.07).

ПФ, имеющим отсылку к французскому **кинематографу**, стала серия фильмов об Астериксе и Обеликсе.

*Астерикс и Обеликс проиграли* (РВ, 6.02–12.02.08).

ПФ, относящиеся к культуре Германии (1,5 %), имеют, прежде всего, отсылку к сфере-источнику «**Литература**». Наиболее часто употребляемыми стали различные трансформации названий романа Э. М. Ремарка «*На западном фронте без перемен*», произведения И. В. Гете «*Фауст*», сказок братьев Гримм «*Золушка*», «*Красная шапочка и серый волк*».

*На китайско-финской границе без перемен* (РВ, 6.04–12.04.05);

*Лишние Фаусты* (НВ, 26.11.06).

Следующей по числу обращений к немецкой культуре является сфера-источник **«История и политика»**: ПИ *Гитлер, Карл Маркс, Розенберг*.

*Наши "Гитлер" и их "кровавый студент"* (АиФ, 25.04–11.05.07);

*Дети Розенберга* (НВ, 3.04.05). Адольф Розенберг (1893–1946 гг.) считается автором ключевых понятий нацистской идеологии, таких, как «расовая теория», «окончательное решение» еврейского вопроса, отказа от Версальского договора и борьбы против «вырождения искусства».

Зафиксированы обращения российских журналистов к ПФ сферы-источника **«Классическая музыка»**: имени композитора *И. С. Баха* и к танцу в опере Р. Вагнера *Валькирия*.

*Пролет Валькирий* (Известия, 19.01.06.).

*Культура Испании* (0,5 %) отражена в сфере-источнике **«Литература»** многочисленными отсылками к произведению М. де Сервантеса Сааведры *«Дон-Кихот»*.

*Зельдин в душе всегда был Дон Кихотом* (РВ, 26.01–1.02.05);

*Ветряные мельницы православия* (КВ, 15.12.08).

Испания также является национальным источником ПФ **«Пятая колонна»**, впервые примененным во время гражданской войны в Испании (1926–39 гг.) и относящимся к сфере **«История и политика»**.

*Строительство "пятой колонны"* (АиФ, 11.06.06).

*Италия* (0,5 %) как национальный источник ПФ, зафиксированных в российской прессе, представлена сферой-источником **«Литература»**, что выражено в обращении к трем частям поэмы Данте Алигьери *«Божественная комедия»*: «Ад», «Чистилище», «Рай».

*"Чистилище" по вертикали* (АиФ, 18.06–24.06.09). Задолго до официального принятия постулата о чистилище Данте подробнейшим образом описал структуру Чистилища в своей *«Божественной комедии»*.

Наиболее часто наблюдаются отсылки к сферам-источникам **«Наука»** и **«Живопись, скульптура»**, к которым относится имя *Леонардо да Винчи* (1452–1519 гг.) – живописца, скульптора, инженера и ученого.

*Русский Леонардо* (НВ, 21.08.05).

Следующее место по частоте употреблений в качестве национального источника занимает Европа (0,4 %). В группу входят общеевропейские ПФ, имеющие отношение к нескольким культурам европейских стран одновременно. Наиболее употребляемыми стали ПС *Охота на ведьм*, осуществляемая в Средневековье; *Крестовые походы*, предпринимаемые западноевропейскими феодалами и католической церковью на Ближний Восток, а также *Легенда о Летучем Голландце*, получившая отражение в культурах Германии, Голландии, Великобритании. Таким образом, наблюдаются отсылки к сферам-источникам **«История и политика»** и **«Мифология»**.

*Крестовый поход против коррупции* (РГ, 25.03.08);

*Летучий ирландец* (НВ, 9.04.06).

ПФ, национальный источник которых – Австрия (0,2 %), относятся к сферам-источникам **«Классическая музыка»** и **«Живопись, скульптура»** – *Вольфганг Амадей Моцарт*, *Николаус Хагенауэр* соответственно.

*Полночный Моцарт* (НВ, 11.06.06);

*Хагенауэры во всем их блеске* (НВ, 17.09.06). Николаус Хагенауэр – выдающийся страсбургский скульптор эпохи Возрождения, известный созданием центральной скульптурной части Изенгеймского алтаря Маттиаса Грюневальда.

Отсылки к культуре Дании (0,1 %) зафиксированы в сфере-источнике **«Литература»** благодаря сказкам Ганса Х. Андерсена *«Гадкий утенок»* и *«Огниво»*.

*Гадкий утенок* (НВ, 26.11.06);

*Лечить, нельзя калечить* (РГ, 28.03.08). Фраза «Казнить нельзя помиловать» принадлежит принцессе из сказки *«Огниво»*.

### **Америка (6,2 %)**

Культура США (5,7 %) представлена, прежде всего, ПФ, входящими в сферу-источник **«Киноискусство»**, что является следствием высокой распространенности американской кинопродукции на российском экране. Наиболее частотны названия фильмов (*«Чего хочет женщина»*, *«Крепкий орешек»*, *«Убить Билла»*) и имена актеров (*Том Круз*, *Арнольд Шварценеггер*, *Брук Шилдс*).

*Белорусы – крепкие орешки* (РГ, 18.01.07);

*Александр Невский добил Билла* (АиФ, 2.04–8.04.08).

Актуальна для российского читателя и сфера-источник «Литература». В частности, зафиксированы различные трансформации названий произведений Дж. Д. Сэлинджера «*Над пропастью во ржи*», К. Кизи «*Пролетая над гнездом кукушки*», Т. Драйзера «*Американская трагедия*», Э. М. Хемингуэя «*Прощай, оружие!*» и «*По ком звонит колокол*».

*Полет над кукушкиным инкубатором* (НВ, 19.03.06);

*Прощай, оружие* (РГ, 29.03.08).

Наблюдаются отсылки к сфере-источнику «Популярная музыка», представленной именем Майкл Джексон и названием песни группы Eagles «*Hotel California*»:

*Отель "Калифорния - Славянская"* (РГ, 20.03.08);

Михаил Жванецкий: «*Нами правят Майклы Джексоны?*» (АиФ, 11.06–17.06.08).

Наиболее часто используемые ПФ, входящие в сферу-источник «История и политика» Колумб и *Yankee, go home* (лозунг южан в войне между Севером и Югом в США (1861–1865 гг.)).

*Спасибо Колумбу и Петру* (НВ, 20.03.05);

*Рашен солдат, гоу хоум!* (АиФ, 14.02–20.02.07).

Американская культура также нашла свое отражение в сферах-источниках «Радио и телевидение» и «Детские игры и считалки» посредством ПФ CNN (сетью кабельного телевидения) и куклой Барби соответственно.

*Родился русский СИ-ЭН-ЭН* (РВ, 15.06–21.06.05);

*"Барби - монстр"* (АиФ, 28.03–3.04.07).

Культура Мексики (0,4 %) как национальный источник ПФ выражена в сфере-источнике «Радио и Телевидение». Российские журналисты часто прибегают при создании заголовков к различным трансформациям названий первых мексиканских телесериалов, появившихся в России в 90-е годы XX века «*Богатые тоже плачут*» и «*Просто Мария*».

*Депутаты тоже плачут* (АиФ, 8.11–14.11.06);

*Не просто Мария* (РГ, 26.01.07).

К культуре Кубы относится 0,1 % ПФ в российской прессе со сферой-источником «История и политика».

*Гапон в сутане Че Гевары* (РВ, 21.09–27.09.07). Эрнесто Че Гевара (1928–67 гг.) – латиноамериканский революционер, участник Кубинской революции 1956 г.

*После Фиделя* (НВ, 13.08.06). Фидель Кастро (р. 1926) – кубинский революционный и политический деятель, команданте, руководитель Кубы с 1959 г.

#### **Азия (0,4 %)**

Культура Ближнего Востока (0,3 %) получила выражение преимущественно в сфере-источнике **«Фольклор»** благодаря сборнику арабских сказок под названием *«1001 ночь»*.

*Али Баба и база данных* (НВ, 8.10.06). Али-Баба – персонаж арабского (сирийского) фольклора, история о котором вошла в вышеуказанный сборник.

Зафиксированы апелляции к ПИ *Тамерлан*, входящего в сферу-источник **«История и политика»**.

*Неистовые потомки Тамерлана* (РВ, 28.12.05). Тамерлан (1336–1405 гг.) – среднеазиатский государственный деятель, полководец, совершал грабительские походы в Иран, Индию, Малую Азию.

Япония (0,1 %) в качестве национального источника ПФ получила выражение в сферах-источниках **«Государственная символика»** (ПФ – *страна восходящего солнца*) и **«История и политика»** (ПФ – *Хиросима*).

*По дороге к новой Хиросиме* (РВ, 14.12.05.). Хиросима – город в Японии, на который 6 августа 1945 г. США сбросили первую в мире атомную бомбу.

Страна восходящего солнца – Россия (АиФ, 2.07–8.07.08).

Итак, анализ национально-культурных истоков позволил более детально представить содержательно-семантические свойства ПФ, а также выявить области знаний иных культур, актуальных в российском газетно-журнальном дискурсе. Далее перейдем к анализу национально-культурных истоков ПФ в заголовках британской прессы с целью дальнейшего сопоставительного анализа.

## 2.4.2. Классификация прецедентных феноменов по национально-культурным истокам в британской прессе

Анализ британской прессы с указанных позиций позволяет выявить национально-культурные истоки ПФ, функционирующих в современных заголовках. Подавляющее большинство исследуемых единиц (69,2 %) имеет британское происхождение и пронизывает все сферы-источники культурного знания, выделенные нами в подпараграфе 2.2.2. настоящего исследования. Исключение составляют сферы-источники «Мифология», «Крылатые латинские выражения», «Религии». В результате анализа корпуса ПФ выявлено 27 источников иностранного происхождения, которые будут рассмотрены подробно ниже.

### Америка (13,1 %)

В заголовках британской прессы среди источников ПФ иностранного происхождения первое место занимает культура США (95, 7%). Наиболее часто происходят апелляции к ПФ блока **«История и политика»**: *Декларации Независимости США*, символике государства (*the Eagle, Uncle Ben*), президентам *George Bush* (2001–2009 гг.), *Barack Obama* (с 2009 г. по наст. время), ПС *Война за Независимость* (1775–1783 гг.), *Война между Севером и Югом в США* (1861–1865 гг.).

*Europe's leaders should copy Bush* (The Daily Telegraph, June 6, 2007);

*The pursuit of happiness* (The Economist, December 18, 2005). «Life, liberty, and the pursuit of happiness» – знаменитая фраза из Декларации Независимости США.

Американская киноиндустрия оказала большое влияние на формирование корпуса ПФ сферы-источника **«Киноискусство»**: *Some like it hot, Star Wars, Mission Impossible, It's a wonderful world* и др.

*Europe's space wars* (The Economist, February 23, 2007). «Star Wars» – серия фильмов режиссера Джорджа Лукаса (первый эпизод вышел в 1977 г.).

*It's a Mad, Mad world* (The Economist, January 3, 2005). Используется усеченное название комедии 1963 г. «It's a Mad, Mad, Mad World».

ПФ рассматриваемой национально-культурной группы широко представлены сферой-источником **«Литература»**. Наблюдаются отсылки к произведениям Эрнеста Хемингуэя (Ernest Hemingway) *«Farewell to Arms»*, *«For Whom the Bell*



*Tolls*», Теодора Драйзера (Theodore Dreiser) «*An American Tragedy*», А. Мопина (Armistead Maupin) «*Tales of the City*», к военной лирике Э. Гестма (Edgar A. Guest).

*America's tragedy. After the Virginia Tech massacre* (The Economist, April 12, 2007);

*For whom the tolls swell* (The Economist, April 17, 2008).

Зафиксированы ПФ сферы-источника «**Музыка**». Наиболее частотными стали прецеденты, относящиеся к творчеству *Элвиса Пресли*, *Льюиса Армстронга*, группы «*Eagles*», музыкальным направлениям «*rock 'n' roll*» и «*hip-hop*».

*Official Elvises vie to step into his blue suede shoes* (The Guardian, August 16, 2007). Элвис Пресли (1935–1977 гг.) – самый успешный исполнитель популярной музыки XX века.

*The politics of hip-hop* (The Economist, January 26, 2008). Hip-hop – культурное, в частности музыкальное движение, зародившееся в США в 70-е годы XX века.

Абсолютное большинство ПФ, представленных сферой-источником «**Мюзиклы**» (*Broadway, Hitting a new high, Cats, Promises, Promises*), относятся к американской культуре, так как именно там они зародились как жанр.

*Promises, promises* (The Economist July 10, 2008). В основе заголовка лежит название мюзикла *Promises, Promises* 1968 г.

*Hitting the big time* (The Times, January 14, 2007). Ср: *Hitting a new high* – мюзикл, впервые появившийся в 1937 г.

Ссылки на культуру США наблюдаются в сфере-источнике «**Мультфильмы и комиксы**», примерами которых могут послужить ПФ *Mickey Mouse* и *Superhero*.

*Nothing Mickey Mouse about Mr Holz* (The Times, December 22, 2006). Mickey Mouse – мультипликационный герой, символ компании «Walt Disney».

*Supersarko leaves the podium* (The Economist, December 18, 2008). В заголовке обыгрывается имя популярного героя комиксов, наделенного сверхспособностями, Superhero, ставшего также прототипом супермена.

Сфера-источник «**Радио и телевидение**» представлена названиями популярных шоу (*the Moment of Truth*) и сериалов (*the Family Guy, Family Matters, Desperate Housewives, the Sopranos*), которые затем вышли на британские экраны.

*Family matters* (The Economist, January 11, 2007). «Family Matters» – телесериал об афроамериканской семье, живущей в Чикаго (появился в 1989 г.).

*Mobster's jewels make a killing at auction house thanks to Sopranos* (The Times, October 29, 2007). «The Sopranos» – популярный американский сериал, вышедший на экраны в США в 1999 г.

Значимой также является сфера-источник «**Экономика**», наиболее часто употребляемые ПФ которой – *Great Depression, Bill Gates, Silicon Valley*.

*How a drop of petrol could have put tycoon ahead of Bill Gates* (The Times, October 31, 2007). Bill Gates (р. 1955 г.) – один из основателей компании Microsoft, по версии журнала Forbes, в 1996–2007 гг. самый богатый человек планеты.

*Silicon rally* (The Economist, August 28, 2008). Silicon Valley – находится в южной части района залива Сан-Франциско, в северной Калифорнии, на ее территории сконцентрировано 20 крупнейших мировых компаний, работающих в сфере высоких технологий, тысячи различных фирм и предприятий.

Сфера-источник «**Теракты**» нашла отражение в многократной апелляции к ПФ 09/11:

*Iraq withdrawal may spark 9-11* (The Daily Telegraph, March 20, 2007). 9/11 – террористическая атака на Всемирный торговый центр и Пентагон 11 сентября 2001 г.

Культура Канады (0,9 %) представлена ПФ, относящимся к сфере-источнику «**Экономика**»: *Loonie* (монета стоимостью в 1 доллар, символизирующая валюту страны).

*The loonie takes wing* (The Economist, September 27, 2007).

Культура Колумбии (0,9 %) нашла отражение в ПФ *The General in His Labyrinth* (оригинальное название на испанском языке: *El general en su laberinto*), романе Gabriel García Márquez, вышедшем в 1989 г.

*The general in his labyrinth* (The Economist, August 16, 2007).

ПФ, национальный источник которого Чили (0,9 %), принадлежит к сфере-источнику «**История и политика**».

*The next Chile* (The Economist, February 1, 2007). Чили – образец демократического развития для других латиноамериканских стран, в частности, для республики Уругвай.

Культура Бразилии (0,9 %) представлена песней *The Girl from Ipanema*, признанной лучшей песней в ритме босса-нова (сфера-источник «Музыка»).

*The granny from Ipanema* (The Economist, January 10, 2008).

Апелляции к культуре Аргентины (0,9 %) выражены в использование ПФ *Evita Peron*.

*Argentina's new Evita Peron tangoes her way to power* (The Sunday Times, October 21, 2007). Evita Peron – первая леди Аргентины, жена президента Хуана Перрона, занимала до самой смерти второе место в государстве.

### **Европа (10,0 %)**

Данная группа является второй по частоте апелляций и представлена 13 национально-культурными источниками.

Как показывает анализ практического материала, первое место принадлежит культуре Германии, что составляет 26,1 % от общего числа европейских ПФ. Наиболее значима сфера-источник «История и политика» благодаря ПФ *Nazies*, *Hitler* и *Berlin Wall*. Зафиксированы исследуемые единицы, относящиеся к сферам-источникам «Литература» (*Brothers Grimm*) и «Наука» (*Karl Max*):

*America's Berlin Wall* (The Economist, June 12, 2008). Берлинская стена (1961–1989 гг.) отделяла Западный Берлин от восточной части Берлина и территории ГДР, является одним из самых известных символов холодной войны.

*The golden bird* (The Guardian, July 14, 2007). В заголовке используется название сказки братьев Гримм.

*Disease made Karl Marx boil with anger* (The Times, October 31, 2007). Карл Марк (1818–1883 гг.) – выдающийся немецкий философ, экономист, общественный деятель.

Культура Франции (27,2 %) занимает следующее место по частотности обращений в заголовках британской прессы. ПФ группы относятся, прежде всего, к сферам-источникам «Литература» (*Beauty and the Beast*, *Little Prince*), «История и политика» (*Napoleon*, *Bernard Kouchner*) и «Живопись и Скульптура» (*the*

*Thinker*).

*Little prince* (The Daily Telegraph, February 5, 2006). В заголовке процитировано наиболее известное произведение Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький принц».

*The Kouchner effect* (The Economist, May 24, 2007). Bernard Kouchner (р. 1939 г.) – бывший министр иностранных дел Франции, известен основанием организации «Врачи без границ» для помощи жертвам вооруженных конфликтов.

*The thinker* (The Economist, February 3, 2005). «Мыслитель» – одна из самых известных скульптур Огюста Родена, созданная в период от 1880 до 1882 гг.

Значимое место в британском газетно-журнальном дискурсе занимает группа ПФ, относящихся к европейской культуре (12,5 %). Здесь зафиксированы ПФ сфер-источников **«История и политика»** (*Knights Templar, Witch hunt*), **«Праздники»** (*Trick or Treat, St. Valentine's Day, Santa*). Выявленные единицы относятся к нескольким европейским странам.

*General Motors and Fiat: Valentine's Day divorce* (The Economist, February 17, 2005). St. Valentine's Day отмечается во многих странах.

*Witch hunt* (The Guardian, March 21, 2007).

Апелляции к культуре России (9,1 %) наблюдаются, прежде всего, в рамках сферы-источника **«История и политика»**. Наиболее значимыми ПИ стали фамилии лидеров страны (*Lenin, Stalin, Gorbachev*), советские реалии (*Comrade, Gulag*). Сфера-источник **«Государственная символика»** представлена ПФ *Russian Bear*.

*Can Gordon Brown survive the Stalin jibe* (The Daily Telegraph, March 20, 2007). Иосиф Сталин (1878–1953 гг.) – советский государственный, политический и военный деятель, Секретарь ЦК ВКП(б)/ЦК КПСС (1934–1953 гг.).

*Investment after the Georgian crisis. Russian bears* (The Economist, September 4, 2008). Медведь – традиционный символ русских.

Зафиксированы также обращения британских журналистов к сфере-источнику **«Литература»**, представленной произведениями русских классиков (*Crime and Punishment, War and Peace, Dead souls*).

*Crime and punishment* (The Guardian, October 14, 2007). «Преступление и наказание» – роман Ф. М. Достоевского (1866 г.).

Менее частотна культура Италии (9,1 %), получившая выражение в сферах-источниках «**Музыка**» (*Opera Buffa*), «**История и политика**» (*the Medicis*), «**Живопись, скульптура, архитектура**» (*the Renaissance*) и «**Киноискусство**» (*The Good, the Bad and the Ugly*).

Opera buffa (The Economist, July 10, 2008). Opera Buffa – оперный жанр, итальянская разновидность комической оперы.

“*Elton and George are the new Medicis they have money, influence and no taste*” (The Independent, July 15. 2007). The Medicis – олигархическое семейство, представители которого с XII по XVII вв. неоднократно становились правителями Флоренции.

Reaching for a renaissance (The Economist, March 29, 2007). Поскольку термин Возрождение встречается впервые у итальянских гуманистов, например, у Джорджо Вазари, следует отнести появление ПФ к этой культуре.

*The good, the bad and the president* (The Economist, January 3, 2008). The Good, the Bad and the Ugly (Il buono, Il brutto, Il cattivo) – итальянский вестерн 1966 г.

Культура Нидерландов (4,5 %) нашла отражение в сфере-источнике «**Радио и телевидение**»: ПФ *Fear Factor*.

*Canada's credit-crunch election. The fear factor* (The Economist, October 9, 2008). Телешоу «Фактор страха» стртовала изначально в Нидерландах в 2001 г.

Культура Ирландии составляет 4,5 %. Наблюдается широкий спектр сфер-источников: «**Радио и телевидение**» (*A Giant at my Shoulder*), «**Музыка**» (*Bono, Band Aid*) и «**Народные сказки и легенды**» (*Leprechaun*).

The giant at my shoulder (The Daily Telegraph, June 10, 2007). Giant at my shoulder – серия ток-шоу на ирландском радио, в которых знаменитости рассказывают о людях, оказавших существенное влияние на их жизнь.

*Give to the rich to help the poor. An idea worthy of Bono* (The Guardian, February 29, 2009). Bono – ирландский рок-музыкант, лидер-вокалист рок-группы U2, известен благотворительной деятельностью.

*The end of the rainbow* (The Economist, July 12, 2007). Используется ссылка на героя ирландского фольклора Леприкона, небольшого коренастого человечка,

одетого в зеленый костюм и шляпу. Согласно легенде, каждый Леприкон прячет горшочек золота на конце радуги.

ПФ, относящиеся к культуре Швеции (3,4 %), находят отражение в сфере-источнике «**Музыка**», представленной репертуаром группы ABBA.

*Thank you for the music* (The BBC News, Jan 5, 2007). Thank you for the music – песня группы ABBA 1977 г.

ПФ, национально-культурный источник которых – Испания, составляет 2,3 % от общего числа ПФ европейского происхождения. Значимыми оказались сферы-источники «**Литература**» (*Don Quixote*), «**История и политика**» (*the Fifth Column*).

*The atom and the windmill* (The Economist October 25, 2007). Вербализуется ПС «Борьбы с ветряными мельницами» из романа «Хитроумный идальго Дон Кихот Ламанчский» М. де Сервантеса Сааведры.

*Journalists, politicians and ethics. Fourth estate or fifth column* (The Economist, February 3, 2005). Пятая колонна – наименование агентуры генерала Франко, действовавшей в Испанской республике во время гражданской войны в Испании 1936–1939 гг.; сеяла панику, занималась саботажем, шпионажем и диверсиями.

Культура Дании (2,3 %) представлена сферой-источником «**Литература**» (*The Princess and the Pea*).

*The Princess and the Pea* (The Times, September 28, 2007). В заголовке процитировано название сказки Г. Х. Андерсена «Принцесса на горошине».

Балканы (1,1 %) в качестве национально-культурного источника представлены вербализованной ПС в Косово – провозглашением региона республикой.

*South Ossetia is not Kosovo* (The Economist, August 28, 2008).

ПФ, национально-культурный источник которых – Украина (1,1 %), относится к сфере-источнику «**История и политика**».

*Another orange win* (The Economist, January 2, 2005). «Оранжевая революция» – кампания протестов, митингов, забастовок, иных акций гражданского неповиновения на Украине, организованная и проведенная сторонниками В. Ющенко в 2004 г.

#### **Международные (4,2 %)**

В группу включены ПФ, имеющие отношение к двум и более культурам. Учитывая данный критерий, наиболее частотными стали сферы-источники

«История и политика» (*Cold War, Ghost town*) и «Легенды» (*Ghost Hitchhikers, Iceman*).

*Europe shivering in the new Cold War Russia* (The Guardian, June 3, 2007). Холодная война – глобальная геополитическая, экономическая и идеологическая конфронтация между США и их союзниками, с одной стороны, и Советским Союзом и его союзниками – с другой, длившаяся с сер. 1940-х до нач. 1990-х гг.

*Ghost hitchhikers* (The Times, July 01, 2006). Явление «голосующих на дорогах призраков» встречается в европейских, латиноамериканских и гавайских легендах.

### Азия (3,2 %)

Культура Китая 28,6 % представлена прежде всего сферами-источниками «История и политика» и «Государственная символика»: *Mao, the Long March, Dragon* и др.

*Still in Mao's shadow* (The Economist, October 11, 2007). Мао (1893–1976 гг.) – китайский государственный и политический деятель XX в., главный теоретик китайского коммунизма.

*The Eagle and the Dragon Part one. Freedom fighters.* (The Daily Telegraph, June 24, 2008). Dragon (Дракон) – символ китайской нации.

Зафиксированы апелляции к сферам-источникам «Наука» (ПФ *Yin-Yang*) и «Экономика» (ПФ *Made in China*):

*Yin and Yang* (The Economist, June 21, 2007). Yin-Yang – концепция древнекитайской философии, где Янь – белое, активное начало, мужское, акцент на внешнее; Инь – черное, пассивное начало, женское, акцент на внутреннее.

*Is Made in China pricing itself out of the market* (The Guardian, September 10, 2007).

Следующей по частотности стала культура Японии (17,9 %): сферы-источники «Техника» (*Honda*) и «Экономика» (*Bubble economy, Lost Decade*):

*Bernie Ecclestone bucks the trend in drawing up plans to avoid another Honda* (The Daily Telegraph, January 29, 2009). Honda – известная марка японского автомобиля.

*Comparing two bubble economies. Lessons from a “lost decade”* (The Economist, August 28, 2008). В заголовке вербализована ПС «Крах японской экономики

«мыльного пузыря»», негативно сказавшийся на экономике стран Юго-Восточной Азии и США, крупнейших торговых партнеров Японии.

К культуре Индии также относится 17,9 % ПФ азиатского происхождения, как и к Японии, хотя первая нашла отражение в широком спектре сфер-источников. Думается, что более разнообразное представление о культуре Индии британцев можно объяснить тем, что страна являлась колонией Великобритании и только в 1947 г. получила независимость. Наиболее активными стали сферы-источники **«История и политика»** (*Gandhis*), **«Экономика»** (*A dabbawala*), **«Наука»** (*Kama sutra*), и **«Литература»** (роман *«God of small things»*), **«Природные явления»** (*Monsoon*).

*The cult of the dabbawala* (The Economist, July 10, 2008). Dabbawala – система питания, созданная изначально для британцев в Мумбае. Даббавала-сборщики получают упакованные обеды у производителей и доставляют к поездам – основному виду массового транспорта в Мумбае. Затем на других станциях даббавала-доставщики забирают обеды и доставляют их по указанному адресу.

*Kama Sutra and feral cats* (The Economist, December 19, 2006). Камасутра – древний индийский текст, посвященный теме Камы-любви.

*A god of small things* (The Economist, October 14, 2007). В заголовке процитировано название романа Арундhati Роя (Arundhati Roy) «Бог мелочей», получившего Букеровскую премию в 1997 г.

*Waiting for the Monsoon* (The Economist, June 7, 2007). Monsoon – сильные воздушные массы, влияющие на смену сезона в Индии.

Далее по частотности употреблений следуют ПФ, генетически восходящие к Ближнему Востоку (14,3 %), имеющие отношение к нескольким культурам азиатских стран одновременно. Наиболее употребляемыми оказались *Tigers* (сфера-источник **«История и политик»**), *Ali-Baba and the Magic Carpet* (сфера-источник **«Фольклор»**) и *Osama Bin Laden* (сфера-источник **«Теракты и катастрофы»**).

*Alibaba and Magic-carpet ride* (The Economist, October 25, 2007). В заголовке происходит апелляция к сказке «Тысяча и одна ночь».

*George W Bush: Get Osama Bin Laden before I leave office* (The Times, June 15, 2008). Osama B. Laden – лидер исламской террористической организации «Аль-



Каида».

ПФ, национально-культурный источник которых – Ирак (14,3 %), относится к сфере-источнику «**История и политика**» (*Haditha* и *Saddam Hussein*), что представляется следствием социальной и политической обстановки в стране.

*Picturing Haditha* (The Times, December 22, 2006). В заголовке вербализуется ПС *Haditha* (ноябрь 2005 г.), когда в районе Хадиты произошло известное массовое убийство морскими пехотинцами США мирных жителей (погибло 24 человека).

*How 'Little Saddam' the despot's daughter spent her longest night* (The Times, January 06, 2007). *Saddam Hussein* (1937–2006 гг.) – иракский государственный и политический деятель, президент Ирака с 1979 по 2003 гг.

Далее следует культура Ирана, обращения к которой составляют 7,1 % и относятся к сфере-источнику «**История и политика**» (ПФ *the Great Satan*).

*A grand bargain with the Great Satan* (The Economist, March 10, 2005). Выражение *the Great Satan* по отношению к США получило статус прецедентного после речи иранского лидера Рухолы Хомейни (Ruhollah Khomeini) 5 ноября 1979 г.

### **Африка (0,3 %)**

Выявленная группа немногочисленна и представлена обращениями к ПФ сферы-источника «**История и политика**», относящимися к культуре Нигерии (33,3 %), Алжира (33,3 %) и Египта (33,3 %): *Obasanjo*, *Algeria* и *Pharaohs* соответственно.

*The crisis in eastern Congo. Enter Obasanjo* (The Economist, November 20, 2008). Используется имя первой леди Нигерии Стеллы де Обасанджо (1945–2005 гг.), известной своей благотворительной деятельностью.

*Algeria was worse than Iraq so far* (The Daily Telegraph, November 29, 2006). В заголовке вербализуется ПС в Алжире (восстание 1954–62 гг.) против колониального господства в стране французов.

*The new Pharaohs* (The Economist, March 10, 2005). Фараон – общий титул царей в Древнем Египте, считался сыном солнца (Ра).

Таким образом, проведенный анализ ПФ в британских заголовках позволил выявить иные культуры, значимые в формировании современного корпуса ПФ в британском газетно-журнальном дискурсе. Далее сопоставим полученные

результаты, представленные в таблице 6:

Таблица 6.

Национально-культурные источники ПФ в заголовках российской и британской прессы

Национально-культурный источник ПФ	ПФ в заголовках российской прессы, %	ПФ в заголовках британской прессы, %
<b>Европа</b>	<b>93,3</b>	<b>79,1</b>
Великобритания	5,0	69,2
Франция	1,9	27,2
Германия	1,5	22,7
Испания	0,5	2,3
Россия	82,9	9,1
Италия	0,5	9,1
Нидерланды	-	4,5
Ирландия	-	4,5
Швеция	-	3,4
Общоевропейский	0,4	12,5
Дания	0,1	2,3
Балканы	-	1,1
Украина	-	1,1
Австрия	0,2	-
<b>Америка</b>	<b>6,2</b>	<b>13,1</b>
США	5,7	95,7
Канада	-	0,9
Колумбия	-	0,9
Чили	-	0,9
Аргентина	-	0,9
Бразилия	-	0,9
Мексика	0,4	-
Куба	0,1	-
<b>Азия</b>	<b>0,4</b>	<b>3,2</b>
Китай	-	28,6
Япония	0,1	17,9
Индия	-	17,9
Ирак	-	14,3
Иран	-	7,1
Ближний Восток	0,3	14,3
<b>Международные</b>	-	<b>4,2</b>
<b>Африка</b>	-	<b>0,3</b>
Нигерия	-	33,3
Алжир	-	33,3
Египет	-	33,3
<b>Итого</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Итак, при создании заголовков на основании ПФ российские журналисты апеллируют, прежде всего, к отечественной культуре, которая представляется более знакомой и авторитетной для реципиента. Тем не менее, зафиксированный корпус

ПФ испытывает на себе сильное влияние массовой культуры англоязычного мира, что выражено в высоком проценте ПФ англо-американского происхождения в сферах-источниках «Киноискусство», «Популярная музыка», «Радио и телевидение». Думается, полученные данные обусловлены, с одной стороны, статусом английского языка как международного средства общения, что делает его культуру открытой, выставленной напоказ всему остальному человечеству, несмотря на национальную любовь англичан к закрытости — “My home is my fortress”» [Тер-Минасова 2000 : 20]. С другой стороны – результатом мощной волны англо-американской массовой культуры, захлестнувшей внутреннее медиапространство других стран [Crystal 1996 : 57]. Европейская культура, также оказавшая существенное влияние на формирование транснациональной части фоновых знаний представителей русского лингвокультурного общества, получила отражение в сферах-источниках «Литература», «Политика и история», «Классическая музыка».

В корпусе ПФ, засвидетельствованных в заголовках британской прессы так же как и российской, наиболее значима национальная культура. Однако британские журналисты предполагают, что их адресат обладает более широким спектром знаний относительно других культур, нежели русский. Данный факт находит подтверждение в отсылке к культуре двадцати семи стран в британских печатных СМИ, по сравнению с четырнадцатью в российскими. Среди иностранных источников ПФ лидирующее место занимает культура США, затем Европы, в частности Германии и Франции, что объясняется их культурной и географической близостью. Думается, полученные результаты объясняются, во-первых, колониальным прошлым Великобритании и, как следствие, наличием фоновых знаний о других культурах, а с другой стороны, тем, что эта страна на настоящий момент занимает весьма активную позицию на мировой политической арене (в частности, военные действия в Ираке, борьба с терроризмом).

## **Выводы по главе 2**

Проведенный анализ ПФ, согласно предложенной методике, позволил прийти к следующим выводам относительно содержательно-семантических свойств

исследуемых единиц:

1. При реконструкции областей знания определены блоки «История и политика», «Искусство», «Фольклор», «СМИ», «Наука», «Религия», «Общество», «Природные явления», «Космос», во внутренней структуре которых представлены родственные сферы-источники. В результате анализа сфер-источников культурного знания определены области, оказавшие влияние на содержательно-семантические свойства ПФ и необходимые для их правильного понимания. Выявлены совпадающие / несовпадающие сферы-источники, к которым обращаются представители исследуемых лингвокультурных обществ.

В российском газетно-журнальном дискурсе выделены 24 сферы-источника культурного знания. Востребованными стали «Литература» (23,6 %), «Пословицы и поговорки» (17,2 %), «Мировая история и политика» (14,9 %), «Киноискусство» (13,5 %), «Музыка» (9,8 %) и «Религия» (подгруппа «Христианство» (4,8 %)). Соответственно в британской прессе зафиксировано 28 сфер-источников, где наиболее значимы «Мировая история и политика» (19,4 %), «Киноискусство» (17,3 %), «Литература» (11,6 %), «Пословицы и поговорки» (9,0 %), «Музыка» (8,1 %). Сферы «Мюзиклы» и «Комиксы» являются источниками прецедентности только в британской прессе, поскольку указанные направления относительно недавно вошли в русскую культуру. Сфера-источник «Религия» представлена более широко в русскоязычном корпусе ПФ (выделяются подгруппы «Христианство» и «Мусульманство»), что обусловлено историческим соседством мусульман и христиан, чего не наблюдается в Великобритании. Сфера-источник «Теракты и катастрофы» более актуальна в британском обществе. Для последнего значимыми также стали сферы-источники «Техника», «Человек» и «Кулинарное дело», не получившие отражения в корпусе ПФ российской прессы. Сфера-источник «Природные явления» (0,9 %) зафиксирована только в британском газетно-журнальном дискурсе, что может свидетельствовать о более внимательном отношении к окружающей среде в указанном обществе.

2. При классификации ПФ по сферам-источникам выделяются пограничные ментальные сферы, являющиеся ярким способом активизации фоновых знаний адресата и отражающие постоянный процесс контаминации различных областей

культуры в порождении новых текстов. Полипрецедентные заголовки составляют 6,53 % и 5,3 % от общего числа заголовков в российской и британской прессе соответственно. На основе анализа определены две модели заголовков, основанных на полипрецедентности (модель 1: отнесение одного и того же ПФ к двум и более ментальным сферам-источникам; модель 2: использование двух и более ПФ, каждый из которых относится к разным ментальным сферам-источникам. В этом случае смысл построен на соединении подтекстов первоисточников, которые вместе порождают новый смысл). Наиболее активными сферами-акцепторами в российском и британском газетно-журнальном дискурсе оказались составляющие массовой культуры: «Киноискусство», «Музыка», «Мультфильмы», «Комиксы». Полученные данные свидетельствуют о тесной взаимосвязи указанных областей культурного знания: фильмы, мультфильмы и мюзиклы создаются прежде всего на основе литературных произведений и сопровождаются музыкальными композициями, написанными в соответствии со сценарием.

3. Выявлены временные отрезки, значимые в формировании корпусов ПФ, функционирующих в современных российских и британских заголовках. На двуязычный корпус ПФ оказали влияние культуры Древнего Рима и Древней Греции, создавшие основу развития анализируемых лингвокультурных обществ (IV в. до н.э.–II в. н.э. (12,9 % и 12,5 % соответственно)).

В формировании российского корпуса ПФ существенную роль играют XVII в. (3,6 %) благодаря ПФ иностранного происхождения, а также XVIII (4,0 %) и XIX вв. (19,9 %), поскольку в указанный период формируется классическая европейская культура, составляющая мировой культурный фонд. Для XX в. (48,9 %) характерна культурная закрытость, определяемая политикой государства, что подтверждается низким процентом ПФ зарубежного происхождения. Частотными становятся сферы-источники «История и политика», «Киноискусство», «Музыка», «СМИ», активно развивающиеся в советский период России. В 80–90-е годы наблюдается рост апелляций к иностранным реалиям, ставшим прецедентными, что представляется результатом социальных и политических изменений в государстве. Выявленная тенденция укрепляется в XXI в. (6,4 %) – результат процессов

глобализации, которые сопровождаются сближением, взаимопроникновением и взаимовлиянием различных культур современной цивилизации.

Для британского корпуса ПФ важными периодами оказались XIV и XV века (2,0 % и 1,4 % соответственно) – время создания английских народных баллад, становления британской литературы. Значимы XVI и XVII века (6,4 % и 5,7 % соответственно), что обусловлено, во-первых, высокой частотностью ссылок на ПФ зарубежного происхождения как следствие эпохи географических открытий; во-вторых, творчеством У. Шекспира, внесшего весомый вклад в культуру британского общества. XVIII век (3,0 %) представлен апелляциями к событиям Войны за Независимость в США, получившим статус прецедентных. Ссылки на культуру XIX века (18,0 %) частотны благодаря расцвету классического европейского искусства. В XX веке (41,9 %) зафиксировано относительно одинаковое соотношение британских и зарубежных ПФ (54,2 % и 41,9 % соответственно), так как в указанный период Великобритания занимает важное место на мировой политической арене. Активны сферы-источники массовой культуры «Музыка», «Киноискусство». Для XXI века (7,4 %) характерно смещение акцентов с областей искусства на сферы-источники «Теракты и катастрофы», «Экономика» и «Радио и телевидение», что свидетельствует об изменениях в интересах данного лингвокультурного общества.

4. Анализ результатов классификации ПФ по национально-культурным истокам выявил области знания иных культур, оказавших влияние на формирование содержательно-семантических свойств исследуемых единиц. Основным источником прецедентности как для российских, так и британских журналистов стала отечественная культура (82,9 % и 69,1 % соответственно) как более авторитетная, доказательная и выразительная. География зарубежных источников ПФ в британской прессе почти вдвое шире, чем в российской (30,8 % и 17,1 % соответственно), так как в формировании корпусов ПФ изучаемых лингвокультурных обществ играет XX в., для которого характерен низкий процент феноменов иностранного происхождения в отечественном лингвокультурном обществе.

В заголовках российской прессы первостепенна культура англоязычного мира (США (5,7 %) и Великобритании (4,9 %)). Наиболее частотны ПФ, созданные на

основе кинопродукции Голливуда, что представляется результатом ее популярности в России. Для адресата российской прессы актуальны американские и английские литературные произведения, что подтверждает тезис о литературоцентричности русской нации. Регулярны обращения к ПФ, возникшим на французской (1,9 %) и немецкой (1,4 %) почве, которые обусловлены высоким социальным престижем указанных культур. Данный факт находит подтверждение в частых обращениях к литературе, истории и политике Франции, в многократных ссылках к классической немецкой литературе, музыке и истории XX в.

В британских заголовках ПФ американского происхождения (12,9 %) также весьма востребованы, что позволяет говорить об особых отношениях между Великобританией и США, которые во многом определяются общностью языка, близостью традиций, культуры. Весьма частотны ссылки на европейскую культуру в сферах-источниках блоков «Искусство», «История и политика» и «СМИ», что обусловлено географической и культурной близостью. Зафиксированы фоновые знания реалий азиатского происхождения, что является следствием интереса к современной политической и экономической обстановке в Китае (1,2 %), Иране (0,8 %), Ираке (0,8 %), где Великобритания занимает активную политическую позицию. Знание культуры Индии (1,0 %) обусловлено британским колониальным прошлым.

### **ГЛАВА 3. Прагматический потенциал прецедентных феноменов в заголовках российской и британской прессы**

Повышение интереса к прагматической стороне языка обуславливает появление одного из современных направлений в развитии языкознания. Исследователи интересуются вопросами взаимодействия текстов, их взаимопроникновением, изучением «своего» и «чужого» слова в тексте (И. В. Арнольд, Н. Н. Белозерова, Н. Д. Бурвикова, Д. Б. Гудков, Ю. Н. Караулов, В. Г. Костомаров, В. В. Красных, Г. Г. Слышкин, Р. Л. Смулаковская, Н. А. Фатеева, А. П. Чудинов, G. Allen, D. Chandler и др.). Прагматический компонент того или иного коммуникативного акта (в том числе и коммуникативного акта между автором и читателем публикации) предполагает углубленное изучение специфики коммуникативного поведения адресанта и адресата. Под прагматическим потенциалом ПФ понимается: во-первых, способность указанных единиц оказывать эмоциональное воздействие на адресата, то есть призывать к определенным действиям; во-вторых, определять русло, по которому осуществляется трансляция информации. Актуальность изучения вопроса обусловлена спецификой газетно-журнального дискурса, главные особенности которого – воздействие на адресата и формирование общественного мнения. Отмеченные задачи реализуются посредством единиц, которые представляют собой особым образом структурированное знание, обладают культурно специфическими коннотациями, знакомы большинству представителей определенного лингвокультурного общества, регулярно воспроизводятся в речи, имеют инвариант восприятия, который хранится в когнитивной базе его представителей.

Цель настоящей главы – анализ прагматического потенциала ПФ, апелляция к которым засвидетельствована в заголовках российской и британской прессы. Для достижения поставленной цели представляется целесообразным применить два подхода к анализу заголовка, построенного на основе ПФ. Первый призван рассмотреть исследуемый тип заголовка как самостоятельную единицу. Второй – исследовать заголовок как элемент газетной / журнальной публикации. В



соответствии с указанными подходами необходимо последовательное решение следующих задач:

- определить способы введения интертекстуального знака в заголовки российской и британской прессы и представить наиболее частотные модели заголовков данного типа;

- проанализировать ПФ в заголовках российской и британской прессы во взаимосвязи со смысловыми элементами публикаций;

- исследовать ПФ в заголовках российской и британской прессы с позиций актуализации поверхностного, глубинного, системного смыслов ПВ и дифференциальных признаков ПИ на основе анализа газетных / журнальных публикаций;

- выявить механизмы речевого воздействия на адресата посредством актуализации когнитивной структуры ПФ, находящегося в заголовке.

Предложенная методика позволит выявить прагматический потенциал ПФ в заголовках и определить особенности функционирования исследуемых единиц в газетно-журнальном дискурсе России и Великобритании.

### **3.1. Способы введения прецедентного феномена в заголовки российской и британской прессы**

Способы и приемы введения и использования ПФ в различных дискурсах неоднократно попадали в поле интересов исследователей (Бирюкова 2005, Бриченкова 2007, Ворожцова 2007, Караулов 2007, Черногрудова 2003, Чокою 2007 и др.), что обусловлено желанием выявить механизмы функционирования ПФ, определить закономерности их актуализации в различных дискурсах. Приведем здесь некоторые из существующих классификаций с целью иллюстрации разнообразия подходов в решении рассматриваемого вопроса.

С. И. Сметанина выделяет следующие способы внедрения ПТ в медиа-текст: 1) текст «чужой» равен тексту «своему». В случае их тождества цитатой пишется свой текст, употребление кавычек факультативно; 2) текст «чужой» – иллюстрация к тексту «своему». В этом случае он отделяется от собственного изложения

(шрифтом, кавычками, особой позицией к композиции текста); 3) текст «чужой» – материал (палитра) для создания текста «своего». Здесь интертекстуальные связи сложнее, поскольку обнаруживаются как бы три текста: текст-источник (текст «чужой»), его модификация (осколок текста «чужого») и принимающий текст (текст «свой») [Сметанина 2002 : 125–126].

Ю. Н. Караулов, изучая способы существования и обращения ПТ в обществе, указывает на их однообразие. Исследователь выделяет: 1) натуральный способ – текст доходит до читателя или слушателя в первоизданном виде, как прямой объект восприятия, понимания, переживания, рефлексии; 2) вторичный способ – трансформация исходного текста в иной вид искусства, предназначенный для непосредственного восприятия, или вторичные размышления по поводу вторичного текста; 3) семиотический способ (присущ только ПТ) – обращение к оригинальному тексту дается намеком, отсылкой, признаком, включая тем самым в процесс коммуникации либо весь текст, либо соотносимые с ситуацией общения или более крупным жизненным событием отдельные его фрагменты [Караулов 2007 : 217].

А. М. Чокою, исследуя прецедентные языковые единицы в политическом газетном тексте, говорит о том, что они часто употребляются в измененном виде, что позволяет выделить следующие виды трансформации: 1) замещение; 2) усечение; 3) добавление; 4) контаминация [Чокою 2007 : 18].

Д. А. Качаев в диссертации, посвященной социокультурным и интертекстуальным компонентам в газетных заголовках, выделяет несколько способов их введения. Первые делятся на три группы: 1) слова и словосочетания, которые в фоновом знании закрепились за тем или иным историческим или мифологическим фактом; 2) имена и фамилии реальных исторических деятелей либо мифологических существ; 3) даты исторических событий. Вторые компоненты встречаются в форме 1) прямого цитирования; 2) трансформированного цитирования, где выделяются: а) легко узнаваемые цитаты; б) изменены почти все слова, но сохранена ритмико-синтаксическая конструкция; в) полное разрушение ритмико-синтаксической конструкции (Качаев 2007).

С. И. Кузьминская выделяет различные виды трансформаций и модификаций формы и содержания воспроизводимых словесных комплексов (ВСК):

1) лексические трансформации – звуковые трансформации, замена, добавление, усечение, гибридизация, имитация; 2) грамматические трансформации, среди которых выделяются введение и удаление отрицательного модуса в структуре ВСК, изменение временных форм предиката ВСК, переход существительных в составе ВСК из одного разряда в другой; 3) смысловые трансформации при сохранении исходной формы ВСК (ВСК реализует только свою поверхностную семантическую структуру, сумму его составляющих); 4) стилистические трансформации (употребление ВСК в несвойственном ему стилистическом окружении); 5) комплексные трансформации (трансформации ВСК, происходящие сразу по нескольким параметрам); 6) пересказ (не дословное воспроизведение ВСК в новом тексте, а пересказ автором высказывания) [Кузьминская 2002 : 17–18].

Е. П. Черногрудова говорит о следующих приемах использования ПФ, которые объединены в пять стратегий: 1) прямое цитирование фразы ПТ без каких-либо его изменений; 2) использование ПТ с каким-либо его изменением, куда входят: вопросительная трансформация, восклицательная трансформация, усечение и контаминированное цитирование; 3) использование лексико-синтаксической модели ПТ, а именно: использование собственно лексико-синтаксической модели ПТ (плюс субституция элемента заголовка / антонимическая субституция элемента заголовка), продолжение; 4) параномазия ПТ, в частности: окказиональная субституция элемента заголовка, использование выделительно-графических средств, замена одного слова или нескольких слов ПТ именами собственными; 5) использование ПИ и наименований [Черногрудова 2003 : 91–122].

Г. Г. Слышкин выделяет пять основных видов реминисценций, служащих средством апелляции к концептам ПТ: 1) упоминание – апелляция к концепту ПТ путем нетрансформированного воспроизведения соответствующей языковой единицы; 2) прямая цитация (цитирование) – дословное воспроизведение языковой личностью части текста или всего текста в том виде, в котором этот текст сохранился в памяти цитирующего; 3) квазицитация – воспроизведение языковой личностью части текста или всего текста в уменьшено измененном виде; 4) аллюзия – стилистическая фигура, намек, посредством сходно звучащего слова или упоминания общеизвестного факта, исторического события, литературного

произведения и т.п.; 5) продолжение – текстовая реминисценция, основой которой, как правило, служат лишь художественные тексты и использование которой – прерогатива профессиональных писателей [Слышкин 2000 : 36–39].

Думается, что накопленный в этой области эмпирический опыт позволяет говорить о некоторых тенденциях в использовании ПФ в различных дискурсах, материалом исследования которых служит русский язык. Однако на данный момент в обозначенной области существует недостаточное количество работ сопоставительного характера. В этой связи безусловный интерес представляет выявление различных способов введения ПФ в газетный / журнальный заголовок в российской и британской прессе и их последующий сравнительный анализ, в чем и заключается цель настоящего этапа исследования.

Итак, в результате анализа экспериментального материала выявлены следующие приемы использования ПФ:

**1. Отсутствие трансформации** – ПФ не подвергается каким-либо изменениям, является законченным в смысловом отношении.

**2. Лексическая трансформация** – игра со словом, что подразумевает замену лексической единицы, ее добавление, усечение, гибридизацию (т.е. скрещивание).

**3. Грамматическая трансформация** – введение или удаление префиксов, изменение временных форм предиката, изменение залога, наклонения, числа, переход в другую часть речи.

**4. Синтаксическая трансформация** – использование притяжательной конструкции, изменение конструкции ПВ на утвердительную, отрицательную, восклицательную, вопросительную, а также изменение видов синтаксической связи.

**5. Графическая трансформация** – заключение в кавычки всего ПФ или его компонента.

**6. Контаминация** – соединение в одном заголовке разных ПФ.

**7. Комплексные трансформации** – изменение ПФ по нескольким выделенным нами параметрам.

Перейдем к анализу представленных способов актуализации ПФ в заголовках российской и британской прессы.

### 3.1.1. Способы введения прецедентного феномена в заголовки российской прессы

Под трансформацией понимаются случаи явного преобразования известного ПФ, являющегося стилистическим приемом (в отличие от случаев неточного, ошибочного цитирования), с целью придания тексту особых прагматических эффектов [Боярских 2008 : 86]. Актуальность выявленного способа использования ПФ объясняется тем, что трансформированный ПФ ориентирует адресата на конкретное содержание текста. Любой вид трансформации интертекстуального знака приводит к семантическому сдвигу, на основании которого с большей яркостью выражается предметная соотнесенность заголовка и последующей публикации. Последовательно представим в процентном соотношении способы введения ПФ в заголовки прессы.

**1. Отсутствие трансформаций (39,9 %).** Указанный способ введения ПФ в заголовки весьма распространен, поскольку «вскрывает полифункциональность прецедентных текстов, то есть возможность использования «чужого» слова в другом тексте по отношению не только к аналогичным в первичном употреблении ситуации, лицу, мысли, чувству, но и к множеству других, и эксплуатирует это качество» [Сметанина 2002 : 111]. Журналисты предпочитают брать готовые фразы, рассчитывая на то, что адресат с легкостью их узнает и обратит внимание на публикацию. Анализ ПФ, которые не испытали каких-либо трансформаций, позволяет выделить следующие способы их введения в заголовки.

**– ПФ приводится на языке оригинала или в переводе:**

*Хождение по мукам* (НВ, 11.12.05). В заголовок публикации перенесено название романа А. Н. Толстого.

*Ти ж мене підманула...* (НВ, 8.12.08). В данном случае приведены первые строки из украинской народной песни на языке оригинала.

*Разделяй и властвуй* (РВ, 2.02–8.02.05). В примере используется перевод крылатого латинского выражения *Divide et impera*.

**– ПФ представлен в виде даты:**

*А что вы делали до 1917 года?* (НВ, 11.12.05);

*Призрак 90-х* (АиФ, 30.07.08).

**2. Лексические трансформации (39,0 %).** Автор предлагает читателю включиться в языковую игру, рассчитывая на его интертекстуальную компетентность. Частое обращение к указанному способу введения ПФ в заголовок позволяет представить его следующие подгруппы:

– **Усечение.** ПФ используются в заголовке в неизменном, но усеченном виде. Предполагается, что при прочтении заголовка читатель мысленно восстанавливает весь ПФ, договаривая мысль автора. Посредством анализируемого приема осуществляется диалог между адресантом и адресатом:

*...Получилось как всегда* (НВ, 12.03.06). Пропущена первая часть ПВ, автор которого В. С. Черномырдина: «Хотели как лучше, а получилось, как всегда».

*За что боролись...* (РВ, 8.06–14.06.05). В фоновых знаниях российского адресата хранится ПФ «за что боролись, на то и напоролись», который возникает при прочтении заголовка.

– **Добавление лексической единицы.** С помощью рассматриваемого приема журналист прибегает к использованию ПФ, адаптируя его к содержанию публикации:

*Трудности перевода с украинского* (НВ, 13.04.05). Ср.: название фильма «Трудности перевода».

*Неисповедимы пути в Шенгенскую зону* (НВ, 11.12.05). Ср.: Неисповедимы пути Господни.

– **Замена лексической единицы.** Призван, как и предыдущий способ, сообщить информацию о материале публикации:

*Птенцы гнезда Грызлова* (РВ, 8.06.–14.06.05). Ср.: Птенцы гнезда Петрова.

*Драма must go on* (НВ, 25.09.05). Ср.: Show must go on – название песни группы «Queen».

**3. Графические трансформации (5,6 %).** Предполагается выделение одного или нескольких слов ПФ кавычками.

*"Красота" взорвет мир* (РГ, 13.01.07). Ср.: «Красота спасет мир» – фраза из произведения Ф. М. Достоевского «Идиот».

*Кто наладит "пламенный мотор"* (АиФ, 11.04–17.04.07). Часть прецедентной фразы «А вместо сердца – пламенный мотор» в заголовке выделена кавычками.

**4. Синтаксические трансформации (4,5 %).** Изменения этого типа представлены следующими подгруппами:

– **Вопросительные конструкции.** Прием призван установить активное взаимодействие автора публикации и читателя. Риторический вопрос, вынесенный в заголовок, для создания которого используется ПФ повышает диалогичность заголовка:

*Прощай, оружие?* (НВ, 2.04.06). «Прощай, оружие!» – романа Э. Хемингуэя.

*Верной дорогой идете, товарищи?* (НВ, 9.04.06). «Верной дорогой идете, товарищи!» – политический слоган советской эпохи.

– **Восклицательные конструкции.** Прием представляет собой приведение ПФ в заголовке с восклицательной интонацией, которое реализуется на письме посредством восклицательного знака. Такой способ повышает экспрессивность заголовка и призывает читателя обратиться к проблеме, которой посвящена публикация.

*Гуд бай, СНГ!* (РВ, 26.01.–1.02.05);

*Не забывается такое никогда!* (РВ, 18.05–24.05.05).

– **Введение или удаление отрицательного модуса в структуру ПФ.** С помощью указанного способа журналист опровергает истины, утверждения, которые входят в когнитивную базу среднего представителя лингвокультурного общества как данность, и вызывает тем самым интерес адресата.

*Чего не могут короли* (РВ, 28.02.–6.03.07.). Ср: «Все могут короли» – строчка из песни А. Б. Пугачевой.

*Когда в товарищах согласье есть* (РВ, 14.09.–20.09.05.). Ср: «Когда в товарищах согласья нет» – строка из басни И. А. Крылова «Лебедь, рак и щука».

– **Изменение типа синтаксической связи:**

*Джентльмены и сдачи* (АиФ, 26.07–1.08.06). Заголовок основывается на обыгрывании ПФ «джентльмены удачи» путем замены подчинительной связи на сочинительную.

Зрелище хлеба (РВ, 13.07–19.07.05). ПФ «хлеба и зрелищ», построенный на сочинении, подвергается в заголовке трансформации, в результате которой изначальный тип связи меняется на подчинение.

**5. Грамматические трансформации (4,2 %).** Выделены следующие подгруппы:

– **Применение отрицательного префикса:**

Некрестовый поход (РГ, 19.03.08). Ср.: Крестовый поход.

Неамериканская трагедия (НВ, 7.08.05). Ср.: «Американская трагедия» – роман Теодора Драйзера.

– **Изменение временной формы предиката:**

Побеждает дружба (НВ, 25.09.05). В нетрансформированном ПФ «победила дружба» сказуемое имеет форму прошедшего времени совершенного вида, тогда как в заголовке используется настоящее время.

Надежда умрет последней (РВ, 22.06–28.06.05). В ПФ «надежда умирает последней» происходит замена формы настоящего времени на форму будущего.

– **Замена формы числа:**

Пионеры всегда готовы (НВ, 14.08.05.). Ср.: Пионер всегда готов.

Моськи против слонов (РВ, 30.11–6.12.05). В басне И. А. Крылова, которая является источником ПФ, главные герои – Моська и Слон, тогда как в заголовке они имеют форму множественного числа.

– **Замена части речи одного из составляющих ПФ:**

Пролетающие над гнездом кукушки (НВ, 25.06.06). Ср.: название романа «Пролетая над гнездом кукушки». В заголовке происходит замена деепричастия несовершенного вида действительного залога *пролетая* на причастие *пролетающие* несовершенного вида действительного залога настоящего времени в форме множественного числа.

**6. Контаминация (3,5 %).** Выявленный способ предполагает произвольное соединение в одном заголовке частей разных ПФ, что ведет к усложнению ребуса, предлагаемого для дешифровки. Для заголовков данного типа характерна полипрецедентность.



Кто он – мистер Медведев? "Спортсмен, комсомолец..." (АиФ, 5.03–11.03.08.). Заголовок построен на соединение двух ПФ. Первый, «Кто он – мистер Медведев?», является переводом вопроса американской журналистки с последующей лексической трансформацией *Who is Mr. Putin?*. Второй ПФ *Спортсмен, комсомолец...* апеллирует к фразе из кинофильма «Кавказская пленница»: «Спортсменка, комсомолка и, наконец, просто красавица».

Убить Золушку (НВ, 28.08.06). В заголовке соединены ПФ *Убить Билла* (название фильма) и ПИ *Золушка* (героиня сказки Ш. Перро).

**7. Комплексные трансформации (3,2 %).** Совмещение нескольких видов трансформаций, осуществляемых при введении ПФ в заголовок.

Доллар, доллар, он могучий, или все же рубль круче? (АиФ, 26.09.–2.10.07.). Основу заголовка составляют строки из произведения А. С. Пушкина «Сказка о мертвой царевне и семи богатырях» «Ветер, ветер! Ты могуч, ты гоняешь стаи туч», которые подвергаются лексической трансформации. При сохранении оригинального ритмического рисунка происходит синтаксическое изменение, в частности, замена повествовательного предложения на вопросительное.

Соломку подстелили (РВ, 26.01–1.02.05). ПФ, используемый в заголовке, звучит как «Знал бы, где упадешь, соломку подстелил бы». Пословица испытала следующие трансформации: во-первых, в заголовке приведен ее усеченный вариант, во-вторых, произошла замена формы глагола сослагательного наклонения, единственного числа мужского рода *подстелил бы* на форму глагола прошедшего времени совершенного вида изъявительного наклонения множественного числа *подстелили*.

Итак, проведенный анализ способов введения ПФ в российской прессе показывает, что модели заголовков, построенные на основе исследуемых единиц в каноническом виде (39,9 %), являются весьма востребованными. Тем не менее, частотны модели, где представлены различные изменения ПФ (60,1 %), получившие воплощения в 6 видах трансформаций (лексическая, синтаксическая, графическая, грамматическая, контаминация, комплексные изменения). Думается, что выявленный стилистический прием, составляющий основную часть заголовков исследуемого типа, призван вовлечь читателя в языковую игру и позволяет

наиболее точно отразить прагматическую установку автора газетной / журнальной публикации. Далее перейдем к соответствующему анализу заголовков британской прессы с целью дальнейшего сопоставления результатов.

### 3.1.2. Способы введения прецедентных феноменов в заголовки британской прессы

Анализ практического материала с указанных позиций позволил выделить способы введения прецедентных единиц в заголовки британской прессы. Перейдем к их детальному рассмотрению.

**1. Отсутствие трансформаций (43,7 %)** характерно для ПФ в британских заголовках. Как и в российском корпусе, осуществляется тремя способами:

– **ПФ приводится на языке оригинала или в переводе:**

*Once bitten, twice shy* (The Economist, October 16, 2008). В заголовке используется английская пословица.

*Memento mori* (The Economist, October 18, 2007). В примере приводится каноническая фраза на латинском языке, произносимая во время триумфального шествия римских полководцев, возвращающихся с победой.

*Beware of Greeks bearing gifts* (The Economist, January 22, 2009). Приводится крылатое латинское выражение *Timeo danaos et dona ferentes* на английском языке.

– **ПФ представлен в виде даты:**

*This isn't like 1997's euphoria at all. And what a relief that is* (The Guardian, July 19, 2007). ПФ *1997's euphoria* подразумевает выборы премьер-министра Великобритании, на которых победил Тони Блэра.

*Bad news – we're back to 1931. Good news – it's not 1933 yet* (The Daily Telegraph, January 26, 2009). ПФ *1931* и *1933* означают следующее: первый – связан с отменой золотого паритета национальной валюты, в результате чего произошла девальвация фунта, второй – подразумевает первый успех антикризисных мер в Англии в период Великой Депрессии.

**2. Лексические трансформации (34,8 %).** Поскольку журналисты часто прибегают к указанному способу, внутри него можно выделить несколько

подгрупп:

– **Усечение:**

*The king is dead* (The Economist, July 5, 2007). В заголовке представлена первая часть ПФ *The king is dead, long live the king*. Предполагается, что адресат сможет понять идею автора, выраженную имплицитно, основываясь на домысливании изначального варианта фразы.

*The hardest word* (The Economist, May 15, 2008). Используется сокращенный вариант строчки из популярной песни Э. Джона *Sorry seems to be the hardest word*.

– **Добавление лексической единицы:**

*She came, she saw, she conquered* (The Economist, October 25, 2007). В основе лежит крылатое латинское выражение *Veni, vidi, vici*. Фраза *Came, saw, conquered* расширена за счет добавления местоимения женского рода *she*.

*A Christmas Carol for modern times* (The Economist, November 18, 2006). С целью конкретизации использования ПФ *A Christmas Carol* в публикации вводится дополнительная лексическая единица.

– **Замена лексической единицы:**

*Et tu, Julio* (The Economist, July 24, 2008). Используется фраза на латинском языке, передающая последние слова Юлия Цезаря «Et tu, Brute». В данном случае происходит замена имени собственного *Brute* на имя героя публикации *Julio*.

*All you need is cash* (The Economist, November 20, 2008). Ср: *All you need is love* – песня группы «The Beatles», написанная Дж. Ленноном при участии П. Маккартни.

– **Гибридизация.** Выявленный способ зафиксирован только в заголовках британской прессы и заключается в слиянии двух слов, одно из которых – ПФ.

*Kremlinomics* (The Economist, October 16, 2008). ПФ *Kremlin* соединяется с существительным *economics*, что позволяет емко сообщить о содержании публикации.

*Buried in lead in Londongrad* (The Sunday Times, December 10, 2006). В примере прецедентным является *grad*, устаревшее название города на русском языке. Это слово может служить также суффиксом, с помощью которого образуются названия русских городов. Используя данный прием, основанный на языковой игре, журналист создает неологизм *Londongrad*.

### 3. Грамматические трансформации (7,7 %). Выявлены подгруппы:

– **Введение префикса.** Если в российских заголовках зафиксированы только отрицательные префиксы, то в британских указанная подгруппа представлена несколько шире:

*Anti-Hillary dirty tricks war hots up* (The Guardian, June 17, 2007). ПФ *Hillary* получает отрицательный префикс *anti-*.

*George Lucas to produce first post-Star Wars film* (The Daily Telegraph, February 28, 2009). ПФ *Star Wars* имеет приставку *post-*.

– **Изменение формы предиката.** В подгруппу входят не только случаи изменения временной формы предиката, которые обусловили выделение анализируемой подгруппы при анализе российской прессы, но и залога:

*To buy or be bought* (The Economist, January 9, 2005). В примере сохраняется синтаксическая структура ПФ *to be or not to be*, где используется простой инфинитив в активном залоге, в то время как в заголовке – простой инфинитив *to be bought* имеет форму пассивного залога.

*The show won't go on, Ofcom is warned* (The Daily Telegraph, January 04, 2008). В ПФ *the show must go on* простой инфинитив *to go*, которому предшествует модальный глагол *must*, указывает на то, что действие должно совершаться в настоящее время. В заголовке происходит замена модального глагола *must* на вспомогательный глагол будущего времени в отрицательной форме *won't*.

– **Замена формы числа:**

*Gordons: Thousands of them* (The Times, March 21, 2007). Имя премьер-министра Великобритании Гордона Брауна (Gordon Brown) имеет форму множественного числа.

*Places in the sun* (The Economist, February 22, 2007). Источником происхождения ПФ стала речь Кайзера Вильгельма II «A Place in the Sun» (1901 г.), в которой ПФ имеет форму единственного числа.

– **Замена части речи одного из составляющих ПФ:**

*Taming the shrew* (The Economist, April 17, 2008). В названии пьесы У. Шекспира *The Taming of the Shrew* используется отглагольное существительное, в то время как в заголовке происходит его замена на герундий.

*Silencing the lambs* (The Economist, May 8, 2008). Происходит изменение существительного (ср.: название фильма *The Silence of the Lambs*) на герундий.

– **Использование ПФ как части притяжательной конструкции:**

*Indian politics: The Gandhis' girl* (The Economist, July 26, 2007);

*South-East Asia's Gorbachev* (The Economist, July 3, 2008).

– **Замена положительной степени сравнения прилагательного на сравнительную:**

*The bigger bang* (The Economist, July 14, 2007). Ср.: The Big Bang – одна из теорий о происхождении Земли. Прилагательное *big* в указанном ПФ имеет форму положительной степени прилагательного, в то время как в заголовке происходит ее изменение на сравнительную.

**4. Графические трансформации (4,8 %).** Рассматриваемый способ введения ПФ в заголовки британской прессы также представлен выделением одного или нескольких компонентов ПФ кавычками.

*Police protect rabbi from "Nazi traitor" accusations* (The Times, December 21, 2006);

*"Lost generation" fear as young jobless rate soars* (The Guardian, August 18, 2009).

**5. Комплексные трансформации (4,5 %):**

*New brooms are sweeping in for season of witches* (The Independent, October 14, 2007). В примере наблюдаются следующие трансформации ПФ *A new broom sweeps clean*: введение множественного числа (*New brooms are sweeping*), усечение (отсутствие в заголовке прилагательного *clean*), добавление лексических единиц (*in for season of witches*).

*Sound and no fury* (The Economist, January 9, 2009). ПФ *A tale told by an idiot, full of sound and fury, signifying nothing* используется в усеченном варианте, наблюдается также введение отрицательной частицы *no*.

**6. Синтаксические трансформации (4,0 %).** Выделены подгруппы:

– **Вопросительные конструкции:**

*Is no news good news?* (The Economist, August 19, 2007). ПФ *No news is good news* преобразован в общий вопрос.

*Why home is where the heart is?* (The BBC, November 20, 2006). ПФ *Home is where the heart is* представлен в заголовке в виде специального вопроса.

– **Введение или удаление отрицательного модуса в структуру ПФ:**

*Silence isn't golden* (The Economist, January 13, 2008). Ср.: Silence is gold – английская пословица.

*Justice is not blind* (The Economist, July 5, 2007). Ср.: Justice is blind.

– **Изменение типа синтаксической связи:**

*The price of prejudice* (The Economist, January 15, 2009). ПФ *Pride and Prejudice*, который составляет основу заголовка, построен на сочинении, в то время как в примере происходит его замена на подчинение.

*Monkey and other business* (The Economist, May 31, 2007). Обыгрывается ПФ *monkey business*, который является иллюстрацией подчинительного типа связи. В заголовке осуществляется его замена на сочинительный.

**7. Контаминация (0,3 %):**

*Comrade Who* (The Economist, September 13, 2007). Основу заголовка составляет ПФ *Doctor Who*, на который накладывается путем лексической замены ПФ *Comrade*.

Перейдем к сопоставительному анализу способов актуализации ПФ в заголовках российской и британской прессы. Результаты в таблице 7.

**Таблица 7.**

Способы введения ПФ в заголовки российской и британской прессы

Вид трансформации ПФ в заголовке	Заголовки российской прессы, %	Заголовки британской прессы, %
Отсутствие трансформаций	39,9	43,7
Лексические трансформации	39,0	34,8
Графические трансформации	5,6	4,8
Синтаксические трансформации	4,5	4,0
Грамматические трансформации	4,2	7,7
Контаминация	3,5	0,3
Комплексные трансформации	3,2	4,5
<b>Итого</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Результаты проведенного исследования позволяют говорить об общем подходе журналистов к использованию ПФ в заголовках печатных СМИ России и Великобритании. Анализ с указанных позиций выявил 7 способов введения интертекстуального знака. Так, коммуникативное назначение заголовка может

выражаться посредством использования ПФ в канонической форме, то есть на языке оригинала или в переводе, а также в виде даты (39,9 % и 43,7 % в российской и британской прессе соответственно). Однако наиболее частотными в двуязычном корпусе стали модели заголовков, где зафиксированы различные трансформации ПФ (60,1 % и 56,3 % соответственно), что можно рассматривать как результат языковой игры, нацеленность на «эстетическое восприятие, пусть даже эта установка ограничивается стремлением не быть скучным, пошутить, привлечь внимание к форме речи» [Гридина 1996 : 4]. Адаптация ПФ к материалу публикации осуществляется посредством лексических, грамматических, синтаксических, графических изменений, а также контаминации и комбинации указанных выше способов. Наличие в российской и британской прессе моделей заголовков, в которых представлены идентичные способы введения ПФ, позволяет сделать вывод о том, что приемы использования исследуемых единиц не связаны с национально-культурными особенностями газетно-журнального дискурса.

Далее в соответствии с целью настоящей главы представляется необходимым перейти к анализу ПФ как способа актуализации содержания публикации, а также к исследованию функций, которые реализуют данные единицы в заголовках. Принятый подход соответствует второму направлению в изучении заголовков как части публикации, чему и посвящается следующая часть диссертации.

### **3.2. Прецедентный феномен в заголовке как способ актуализации содержания публикации в российской и британской прессе**

Соотношение восприятия действительности с точно найденным образным словом – характерная черта журналистского мышления. Для публицистического творчества тяготение к образной речи является фактором обязательным. Стремление журналиста достичь концентрированного выражения, по крайней мере, главной, «опорной» мысли обусловлено, как отмечает Е. П. Черногрудова, постоянной настроенностью на аудиторию, поиском тональности последующего разговора с ней. Когда опорная мысль будущего публицистического произведения рождается как мысль метафорическая, ассоциативная, она перерастает в ту

внутреннюю схему, которая начинает звучать в журналистике, искать своего выхода [Черногрудова 2003 : 123].

В связи с этим типовую ситуацию общения можно представить как:

1. Цель автора – заставить потенциального читателя разделить эмоции, мыслить в определенном русле, воздействовать посредством заголовка на адресата. В этой связи адресант (автор публикации) внешне подводит описываемое событие под некоторый класс событий, а затем подбирает для него структурную схему, которая наполняется лексическим материалом и оформляется интонационно [Гак 1977 : 259]. При этом привязанность к факту не означает бескрылости мысли. Она побуждает искать в нем самом такие подробности и детали, которые, неся в себе заряд метафоричности, ассоциативности, помогали бы раскрывать одно явление через другое. Факт неизбежно включается в сложную систему сравнений и сопоставлений, проходя через которую как бы заостряется, приобретает концентрированное содержание [Черногрудова 2003 : 124]. Результатом описанного процесса становится ПФ, который выносится в позицию заголовка.

2. Адресат (реципиент) – читательская аудитория, воспринимающая результат творчества автора, то есть текст.

3. Предмет общения – какое-либо событие, идея, которой посвящена публикация.

4. Контакт между автором и читателем опосредованный; будет ли он продолжительным, зависит от заголовка: читатель прочитает текст лишь в том случае, если при кратковременном просмотривании заголовков именно данный привлечет его внимание либо темой, интересной для конкретного человека, либо своей специфичной, оригинальной структурой [Богуславская 2008 : 175].

В настоящем исследовании примем положительный исход последнего пункта и предположим, что читатель знакомится с публикацией. В этой связи продолжим приведенный выше алгоритм типовой ситуации общения адресанта и реципиента:

5. ПФ, используемый в заголовке, всегда имеет инвариант восприятия, и все обращения к нему коннотативно окрашены. В связи с этим можно сказать, что исследуемая единица определяет семантику самого заголовка. Поскольку тексты



воспринимаются читателем линейно, т. е. по мере движения от его начала к концу, то логично предположить, что еще до прочтения публикации создается ее прогноз.

б. После прочтения адресат вновь обращается к заголовку публикации и соотносит его семантику, обусловленную ПФ, с текстом публикации.

Объясняя обусловленность значения заголовка семантикой текста, Э. А. Лазарева (1989; 2004), а вслед за ней и А. С. Подчасов (2001) соотносят заголовки с одним или несколькими элементами смысловой структуры текста: 1) темой публикации; 2) одним из тезисов; 3) выводом автора (аналитическая оценка ситуации); 4) второстепенными элементами – иллюстрациями к тезисам и общим фоном к цели сообщения. В основе приведенной классификации лежит теория Т. М. Дридзе (1984), развитая Л. М. Майдановой (1987), о том, что текст представляет собой иерархически устроенную систему тезисов, развивающих и уточняющих друг друга. Во главе текстовой иерархии стоит главная мысль (тема произведения и предписываемый ей признак), этот тезис предидируется основным констатирующим тезисом. Итог текста подводится аналитической оценкой ситуации. Эти основные элементы общего содержания текста сосуществуют с второстепенными – иллюстрациями и фоном к цели сообщения. В заглавие произведения может быть выведен любой элемент смысловой схемы текста [Лазарева 2004 : 28].

Думается, что рассмотренная классификация также справедлива для заголовков, построенных на основе ПФ. В этой связи в настоящем параграфе, основываясь на организации практического материала, предложенной Э. А. Лазаревой, выявим взаимосвязь семантики данного типа заголовка со смысловыми элементами публикации, а также определим закономерности функционирования прецедентных единиц в российской и британской прессе.

### **3.2.1. Прецедентный феномен как способ актуализации содержания публикации в российской прессе**

Анализ заголовков российской прессы выявил ряд закономерностей, на основании которых можно говорить о взаимосвязи ПФ в заголовке со смысловыми элементами газетной / журнальной публикации.

**1. Тема публикации (45,5 %).** Основываясь на анализе практического материала, относящегося к указанной группы, определено два способа актуализации темы публикации через интертекстуальный знак. Во-первых, посредством адаптации ПФ к излагаемому материалу, что делает возможным еще до ее прочтения сделать прогноз относительно содержания – в данном случае первична информативная функция. Во-вторых, путем использования ПФ в канонической форме, что ведет изначально к реализации исследуемой единицей функции затемнения смысла. Дальнейшая подача материала моделируется сквозь призму ПФ, являющегося средством номинации данной публикации. Проиллюстрируем сказанное на примерах:

*Как же грачи прилетели?* (АиФ, 16.04–22.04.08). В публикации освещен вопрос относительно устройства механизма ориентирования перелетных птиц. Тема публикации выносится в заголовок посредством синтаксической трансформации названия полотна А. К. Саврасова «Грачи прилетели». Предполагается, что еще до ее прочтения читатель догадывается, что материал посвящен ответу на заявленный в заголовке вопрос. ПФ выполняет информативную функцию.

*Моцарт и Сальери* (НВ, 2.04.06). ПФ, вынесенный в позицию заглавия, выполняет моделирующую функцию. Сквозь призму сюжета указанного произведения, который пронизывает весь материал публикации, рассматривается проблема демографии планеты: *«Процветающий Запад и дремучее большинство человечества столкнулись в пушкинском мифе»*. Так, есть демографический «Моцарт» (Европа), которого отличает не только высокое качество жизни, но низкая рождаемость, и демографический «Сальери» (Африка, Индия, Арабский мир), где царит *«хаос, симфония без начала и конца, где люди постоянно гибнут от голода, болезней, рук соплеменников»*. Последний погубит первого, поскольку думает, что, убив Моцарта, он займет его место, но вместо этого *«уничтожит саму жар-птицу, сделает мир сальерианским»*. Изначально ПФ выполняет интригующую функцию, поскольку невозможно точно сказать о содержании публикации, но тем не менее понятно, что посредством апелляции к данной единице определяется канва, по которой осуществляется подача материала. То, что семантика ПФ в заголовке определяет тему публикации, становится понятным после ее прочтения.

**2. Вывод автора (22,7 %).** Повторная апелляция к ПФ в выводе публикации способствует усилению воздействующей функции исследуемой единицы и позволяет активировать ее новые значения, которые не были ясны в заголовке, но понятны в заключительной части излагаемого материала.

*Моя опричнина меня бережет* (РВ, 28.09–5.10.05). В заголовке используются строчки из поэмы «Хорошо» В. В. Маяковского «Моя милиция меня бережет». В публикации представлены результаты социологического опроса, целью которого было выяснить отношение граждан к милиционерам. ПФ *опричнина* появляется в конце газетного текста, резюмируя анализируемую ситуацию: *«Ни при царях, ни при генеральных секретарях милицейский произвол не достигал таких вершин, как сегодня. Хотя нет, достигал – в достославную эпоху опричников Ивана Грозного. "Неоопричнина" наших дней является болевой точкой России. Не покончив с ней, не стоит даже мечтать о том, чтобы называться цивилизованным государством»*. В рассматриваемом случае ПФ заголовка реализует свой мощный оценочный потенциал в конце самой публикации. Читатель получает возможность сравнить прагматический посыл, выраженный в двух сильных текстовых позициях, и понять иронию, которая актуализируется автором посредством ПФ в заголовке.

*Кремлевские сказки. Златая цепь на дубе том...* (НВ, 21.09.09). В публикации предпринята попытка проанализировать действия Д. А. Медведева и В. В. Путина и определить, за кем из них закреплено последнее слово в решении государственных вопросов. В процессе представления обзора наиболее значимых событий в стране и реакции на них президента и премьер-министра апелляции к теме сказки не зафиксированы, что, думается, продиктовано желанием журналиста объективно представить имеющуюся информацию. Однако, подводя итог, автор вновь обращается к образу, представленному в заголовке: *«Медведев все меньше похож на реформатора и все больше смахивает на ученого кота из пушкинской сказки о Лукоморье. Ходит кругом по обвивающей Кремль толстой златой цепи. Рассказывает сказки об инновационных чудесах и национальных смыслах. Утомившись, садится в кресло временно отлучившегося хозяина и нажимает кнопки главного селектора страны...»*. Приведенный вывод образно дает ответ на вопрос, кто управляет государством. ПФ выполняет не только экспрессивную функцию, но и персуазивную, заставляя реципиента мыслить в нужном для адресанта русле.

**3. Один из тезисов (19,3 %).** Актуализация одного из тезисов публикации сквозь призму ПФ в заголовке позволяет, с одной стороны, вычленить главную мысль в излагаемом материале и, обращаясь к коннотациям прецедентной единицы, выразить авторскую позицию. С другой, в заголовок выносится тезис, который может наверняка привлечь потенциального читателя. В данном случае прецедентная единица призвана выполнять интригующую функцию.

*Горькая пьеса «На дне»* (НВ, 13.10.08). В заголовке обыгрывается фамилия М. Горького и его произведения. Идея, выраженная в заголовке, коррелирует с главным тезисом публикации: *«Бородатый анекдот, герой которого, достигнув дна, внезапно услышал, как снизу опять постучали, превосходным образом описывает ситуацию, сложившуюся на российском финансовом рынке»*. Примечательно, что в самой публикации онтологически присущая сфера-источник ПФ не получает реализации, а соотносится с совершенно не связанной областью культурного знания – «Анекдоты». Сам интертекстуальный знак, актуализирующий констатирующий тезис, несет оценочную функцию и создает определенный канал, по которому разворачивается подача материала публикации.

*Крейсер Абрамовича* (АиФ, 11.06–17.06.08). Публикация посвящена проблемам бедной прослойки населения, однако начинается с информации о новой яхте Р. Абрамовича, на которой он приплыл в Санкт-Петербург на Международный экономический форум. Как отмечает журналист: *«Не век же крейсеру “Аврора” быть символом города. У нового времени – свои знаки»*. Вынесение данного тезиса посредством ПФ в заголовок призвано еще раз подчеркнуть разницу между слоями населения в России. В анализируемом случае ПФ выполняет контрастивную функцию, поскольку далее следует материал о том, как живет тем, кому не только на яхту, но и на хлеб не всегда хватает.

**4. Фон к цели сообщения (9,1 %).** В группу входят публикации, в материале которых незначительная деталь актуализируется посредством ПФ в заголовке. Прием направлен на привлечения внимания адресата. Интертекстуальный знак создает интригу, которая раскрывается по мере чтения излагаемого материала. Однако нередко в рассматриваемых случаях возникает эффект обманутого ожидания, поскольку читатель не находит подтверждения своим домыслам,

основанным на прочтении только заголовка.

И зеленый попугай (НВ, 16.07.06). В публикации говорится о запрете на продажу алкогольной продукции со старыми акцизными марками, а также о том, как запланировано проводить указанную реформу. Один из этапов внедрения нововведений связан с установлением на заводах счетчиков для замера концентрации этилового спирта. Однако как это сделать, отмечает автор, мало кто знает: *«Обмер какой-то, понимаешь! Будто вы не знаете, что пресмыкающихся (имеется ввиду зеленый змий – прим. наше) можно мерить только попугаями. Где, спрашивается, попугай? И желательно тоже зеленого цвета»*. Примечательно, что в приведенной цитате используется аллюзия на мультфильм «38 попугаев», где удава измеряли именно попугаями, но для заголовка автор берет строчку из песни к кинофильму «Красная шапочка». В итоге, в заголовке актуализируется незначительная, на первый взгляд, деталь. ПФ выполняет интригующую функцию.

Александр Невский добил Билла (АиФ, 2.04–8.04.08). Публикация посвящена актерской деятельности А. Невского, в частности, премьере пародийного боевика «Форсаж да Винчи», куда включены помимо «Форсажа», «Джеймса Бонда», «Кода да Винчи» элементы фильма «Убить Билла». По этому поводу актер дал следующий комментарий: *«Александр Невский добил Билла, раз уж Ума Турман не смогла!»*. Журналист посчитал приведенную фразу удачной для заголовка, поскольку использование трансформированного названия киноленты должно активизировать фоновые знания потенциальных читателей и вызвать интерес к интервью.

При анализе практического материала с указанных позиций были выявлены также **комплексные заголовки** (3,4 %), где ПФ коррелирует с несколькими смысловыми элементами публикации. Думается, что выявленная связь призвана усилить воздействующую функцию прецедентной единицы.

Усы комдива Чапаева (АиФ, 21.01.08). В приведенном случае происходит контаминация следующих смысловых элементов газетного текста: иллюстрации и вывода автора. Публикация, которая повествует о стилистике политических эпох XX века (брежневской, горбачевской, ельцинской и путинской), сопровождается иллюстрацией В. И. Чапаева с шашкой на коне. Выбор автором приведенного элемента для заголовка становится понятным только в выводе: *«Лет двадцать назад в Чебоксарах в местном музее я обнаружил в витрине усы Василия Ивановича Чапаева. Как они*

могли оказаться в музее, если сам Чапай вместе с усами утонул в реке Урал? Оказалось, что усы не настоящие, а бутафорские – актера Бабочкина, сыгравшего главную роль в знаменитом фильме. В условиях эйфории, охватившей власть после победы на выборах, весьма своевременно прозвучали слова В. Путина о том, что “нас пока не за что благодарить”. Хороший намек. Политики, депутаты, вожди должны работать так, чтобы музеи “исторического наследия”, о которых вдруг забубнили “друзья власти”, демонстрировали потомкам не бутафорские усы, майки или кепки, а современную политическую систему, реальное улучшение жизни людей. У нас уже есть Мавзолей с останками “исторического наследия”. И этого более чем достаточно...». Таким образом, иллюстрация актуализируется сквозь призму авторского мнения, выраженного в выводе, и несет в себе оценку ситуации, описываемой в самой публикации.

Золотой ключик БАМа (РВ, 22.06–28.06.05). ПФ, вынесенный в заголовок, соотносится с главным тезисом публикации: «Несмотря на открытие в 1984 году сквозного движения по БАМу, масштабное освоение этой богатейшей минерально-сырьевыми, лесными и другими природными ресурсами и стратегически значимой для страны территории за все годы перестройки и реформ так и не было начато». Для создания более яркого образа автор представляет данную область как «поле чудес», к которому необходимо подобрать «золотой ключик». Публикация призвана ответить на вопрос, как это сделать. Резюмируя, журналист вновь обращается к выбранному ПФ: «Чтобы не потерять в суматохе реформ “золотой ключик”, легко открывающий подземные клады БАМа, нынешним руководителям нашей страны пора бы давно сделать соответствующие выводы из этой аксиомы, а именно выработать долгосрочную стратегию освоения расположенных здесь и чрезвычайно важных для развития России регионов». Использование рамочной конструкции (связь ПФ в заголовке с тезисом публикации и выводом автора) позволяет усилить прагматический потенциал ПФ, используемого в заголовке.

Итак, согласно результатам проведенного анализа, в российской прессе семантика заголовка, основу которого составляет ПФ, коррелирует с темой материалом публикации, выводом автора, тезисом, фоном / иллюстрацией, а также совокупностью названных элементов. Рассмотрим далее британский корпус с целью сопоставления и исследования выявленных закономерностей.

### 3.2.2. Прецедентный феномен как способ актуализации содержания публикации в британской прессе

Анализ корпуса практического материала в соответствии с выбранной классификацией показывает, что ПФ в позиции заглавия актуализирует смысловые элементы публикации, представленные далее. Проанализируем выявленную взаимосвязь и определим особенности реализации ПФ в газетном / журнальном тексте.

**1. Тема публикации (51,4 %).** Актуализация указанного элемента смысловой схемы текста с помощью ПФ наиболее частотна, что объясняется реализацией одного из главных назначений заголовка – сообщить читателю о теме публикации, которую ему предлагает газета [Лазарева 2004 : 29]. Как показывает анализ англоязычного материала, интертекстуальный знак может актуализировать этот элемент двумя способами. Первый – путем трансформации исследуемой единицы для адаптации к основной идее сообщения. В этом случае ПФ реализует информативную функцию. Вторым – использованием прецедентной единицы без каких-либо изменений путем апелляции к ее моделирующей функции. Проиллюстрируем выявленные способы на следующих примерах:

*Brown's referendum dilemma: to vote or not to vote* (The Economist, April 30, 2007).

В заголовке *to be or not to be: this is a question* подвергается лексической трансформации и усечению с целью переноса значения ПС, подразумевающей дилемму, на материал публикации, которая посвящена сложному выбору премьер-министра Великобритании Гордона Брауна относительно референдума по вопросу реформы ЕС.

*Oh rose, thou art sick* (The Economist, September 4, 2008). В заголовок вынесены первые строки стихотворения Уильяма Блейка, посвященного умирающей розе. Цветок гибнет из-за червя, прельщенного его красотой: «*With his dark secret love, does thy life destroy*». Ситуация, описываемая в источнике анализируемого ПФ, экстраполируется на тему сообщения, то есть интертекстуальный знак в заголовке осуществляет моделирующую функцию. Сквозь призму инварианта восприятия данной единицы сообщается тема материала. В публикации речь идет о сложной социальной и политической обстановке в

Мексике, которая усугубляется бездарным правлением Филиппа Кальдорона: происходит отождествление Мексики с розой, которая погибает из-за паразита, живущего в ней – президента этой страны. Таким образом, путем апелляции к ПФ актуализируется материал публикации.

**2. Один из тезисов публикации (21,5 %).** Посредством актуализации в заголовке одного из тезисов публикации адресант вычленяет главную мысль и обращает на нее внимание реципиента.

*Such sweet sorrow* (The Economist, June 12, 2008). В заголовке приводится фраза Джульетты из трагедии «Romeo and Juliet»: «*Parting is such sweet sorrow / That I shall say good night till it be morrow*». Анализируемая публикация посвящена предвыборным кампаниям Барака Обамы и Джона Маккейна на пост президента США. Раскрывая один из тезисов публикации, ПФ выполняет функцию создания юмористического эффекта путем экстраполирования сцены расставания влюбленных на ситуацию прощания Джорджа Буша с лидерами европейских государств в связи с окончанием срока его президентства. Однако разлука, как утверждает автор, воспринимается с легкостью, поскольку «*Mr Bush is worse than a failure in European eyes. He is yesterday's failure*». Так, посредством ПФ осуществляется вынесение одного из тезисов публикации в позицию заголовка.

*Last tango in Tehran* (The Economist, October 18, 2007). В примере используется название фильма *Last Tango in Paris*. ПФ в заголовке подвергается лексической трансформации с целью его адаптации к материалу публикации, в которой говорится о внешней политике России и ее позиции относительно размещения американских ракет в Чехии и Польше. Одним из тезисов является визит В. В. Путина в Тегеран, который проходил под усиленной охраной в связи с появившейся информацией о готовящемся нападении на президента России: «*Yet in Tehran the next day, he (V.V. Putin) kept his knowledge of 19th-century literature quiet, choosing not to mention a Russian poet and diplomat, Alexander Griboyedov, who was killed in Tehran when the Russian embassy was destroyed by a mob*». Сложившиеся обстоятельства, описываемые в публикации, отсылают к ПС, связанной с убийством в столице Ирана русского дипломата А. С. Грибоедова, что обусловило, в свою очередь, трансформацию интертекстуального знака для заголовка.



**3. Вывод автора (17,7 %).** Использование ПФ в заголовке всегда эмоционально-оценочно. Выделение группы продиктовано наличием газетных и журнальных текстов, в которых интертекстуальный знак резюмирует позицию автора публикации и выполняет персуазивную функцию, которая, как мы уже отмечали, заключается в том, что «принятие метафор, заставляющих нас фиксировать внимание только на тех сторонах опыта, которые она высвечивает, приводит нас к суждению об истинности ее следствий» [Лакофф 2004 : 146]. Следует отметить, что дублирование оценочной информации автором в сильных позициях текста (заголовке и выводе) усиливает воздействие на адресата и ведет к манипулированию его сознанием.

*Reaping what you sow* (The Economist, October 16, 2008). Используется пословица библейского происхождения «*Reap what you sow*», которая испытала грамматическую трансформацию. Публикация повествует о штате Айова, для которого характерна нестабильность в политических предпочтениях. Так, для Джона Маккейна весьма сложно заручиться поддержкой штата, поскольку там популярен его противник Барак Обама. Последний, опираясь на то, что высокий процент населения Айовы занят в сельском хозяйстве, во время предвыборной кампании подчеркивает необходимость инвестирования в отрасль и ее поддержки. Думается, что аграрный вопрос как главная составляющая успеха Барака Обамы повлиял и на выбор ПФ в заголовке. Подводя итог, журналист выражает свой вердикт относительно предвыборной гонки в штате: «*As the setting sun casts a rosy wash over the fields around Wauke, the corn stalks tinged pink, the barns cutting dark silhouettes on the horizon, it looks as though Mr Obama will reap his harvest*».

*Full of sound and fury* (The Economist, October 16, 2008). В примере зафиксировано обращение к ПФ из произведения У. Шекспира «Макбет» *It (life) is a tale / Told by an idiot, full of sound and fury, / Signifying nothing*, значение которого: жизнь – это плохая пьеса, чей сюжет драматург пытается вытянуть за счет бутафории. Автор, апеллируя к указанному ПФ, переносит оценочный потенциал единицы на свой вывод относительно предвыборной кампании Джона Маккейна, которая на момент выхода анализируемой публикации была ориентирована на негативную оценку действий его противника Барака Обамы. Журналист, резюмируя, подводит адресата к мысли, что все действия Маккейна тщетны и лишены здравого смысла: «*The mud is*

*flying, but it probably won't affect the outcome of the election*», что и выводится посредством ПФ в заголовок публикации.

**4. Фон к цели сообщения (6,6 %).** Актуализация выявленного компонента создает эффект обманутого ожидания у адресата, что является следствием реализации прецедентной единицей интригующей функции.

*Lady in red brings abrupt end to US-Iran gala dinner date* (The Independent, May 05, 2007). В заголовке используется название песни Криса де Бурга «*Lady in Red*». Публикация посвящена несостоявшейся встрече Кондолизы Райс и Министра иностранных дел Ирана Манучохра Моттеки на торжественном вечере в Египте в связи с тем, что последний, увидев, что должен сидеть за одним столиком с Государственным секретарем США, покинул отель. ПФ соотносится с незначительной на первый взгляд деталью публикации: «*the violinist, who was dressed in a long red evening dress and wrapped in a stole*». Однако далее становится понятной прагматическая установка автора при выборе используемой единицы: «*I don't know which woman he was afraid of, the woman in the red dress or the Secretary of State*». Для создания эффекта иронии наименее вероятный ответ помещается в заголовок.

*Tales of a Canterbury pilgrim* (The Sunday Times, October 22, 2006). В заголовок к материалу, повествующему о Кентерберийском соборе и его окрестностях, вынесено перефразированное название произведения Джеффри Чосера «*Canterbury Tales*». ПФ призван служить фоном к материалу публикации, так как в когнитивной базе среднего представителя британского общества он олицетворяется с символом места, которое послужило темой сообщения: «*Canterbury's spiritual status as the focus of the English church, and its subsequent fame as a place of pilgrimage, immortalised by Geoffrey Chaucer*». В данном случае интертекстуальный знак выполняет функцию привлечения внимания.

В процессе анализа практического материала также зафиксированы случаи взаимосвязи ПФ с несколькими смысловыми элементами публикации. Заголовки указанного типа, согласно терминологии Э. А. Лазаревой, **комплексные** и составляют 2,8 %. Проиллюстрируем их на примерах:

*Is it a man's, man's, man's world?* (The Guardian, March 14, 2007). Путем апелляции к названию песни Джона Брауна сообщается тема приводимого материала и ее главный тезис. С целью актуализации выявленных компонентов

смысловой структуры публикации ПФ подвергается синтаксической трансформации – образованию вопросительной конструкции. Риторический вопрос, таким образом, повышает диалогичность заголовка и настраивает читателя на поиск ответа в самом тексте совместно с ее автором.

*Show must go on as injured Beckham eyes Galaxy debut* (The Times, July 18, 2007). Публикация посвящена британскому футболисту Дэвиду Бекхэму, который получил травму лодыжки, что частично отражено в заголовке. Несмотря на убеждение тренера в том, что участие футболиста в предстоящем дружеском матче невозможно, организаторы не намерены терпеть материальные убытки. Журналист, резюмируя, констатирует: «*Jet lag? Sore ankle? This is showbiz. The show must go on*». Данный вывод также находит отражение в заголовке.

Проведем сопоставительный анализ выявленных закономерностей в использовании ПФ как способа актуализации материала публикации в российской и британской прессе. Количественные результаты приведены в таблице 8:

**Таблица 8.**

Актуализация смысловых элементов публикации посредством ПФ в заголовках  
российской и британской прессы

Смысловый элемент публикации, актуализируемый посредством ПФ в заголовке	ПФ в заголовках российской прессы, %	ПФ в заголовках британской прессы, %
Тема	45,5	51,4
Вывод автора	22,7	17,7
Тезис	19,3	21,5
Фон / иллюстрация	9,1	6,6
Совокупность смысловых элементов	3,4	2,8
<b>Итого</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Итак, проведенное исследование подтверждает тезис о взаимосвязи ПФ в заголовке с одним или несколькими смысловыми элементами публикации, а именно: темой, одним из тезисов, выводом автора или фоном к излагаемому материалу. Обнаруженная связь закономерна как в российской, так и в британской прессе. Приоритетным оказалось соотношение ПФ в заголовке с темой публикации (45,5 % и 51,4 % соответственно), поскольку главное назначение исследуемого элемента заключается в емком сообщении о материале сообщения. Показательным стал тот факт, что в российской прессе использование ПФ в сильных позициях (заголовке и заключении) более частотно, чем в британской (22,7 % и 17,7 %

соответственно). Полученные результаты позволяют говорить о том, что российские журналисты более часто апеллируют к оценочному потенциалу данных единиц с целью моделирования определенного видения события у адресата, поскольку достижению указанной цели и служат рамочные конструкции. В британской прессе, в свою очередь, больший акцент делается на демонстрацию фактов, на что указывают представленные статистические данные. Взаимосвязь ПФ с второстепенными элементами происходит, как показал анализ, в случаях, когда некая незначительная деталь может, по мнению журналиста, быть привлекательной, вызвать интерес и, соответственно, желание прочитать публикацию. Однако отмеченный прием является низкочастотным как в российской, так и в британской прессе (9,1 % и 6,6 % соответственно).

Использование ПФ в заголовке априори экспрессивно-оценочно. Согласно проведенному анализу, в зависимости от прагматической установки автора, исследуемые единицы реализуют информативную, моделирующую, контрастивную, персуазивную, интригующую функции, а также функцию создания юмористического эффекта, что представляется закономерным как для российской, так и британской прессы.

### **3.3. Механизмы речевого воздействия посредством актуализации элементов когнитивной структуры прецедентных феноменов, находящихся в заголовках российской и британской прессы**

Анализ двуязычного корпуса практического материала позволяет выявить два способа вербальной апелляции к ПФ в заголовках российской и британской прессы: посредством прецедентных высказываний (ПВ) (75,3 % и 78,5 % соответственно) и прецедентных имен (ПИ) (24,7 % и 21,5 % соответственно). Превалирование первых обусловлено особенностью газетно-журнального дискурса, которая заключается в постоянном поиске экспрессивных средств выражения. Возможность трансформаций создает широкое поле для словотворчества. Посредством различных изменений указанных единиц актуализируются нестандартные смыслы высказываний, что показано в параграфе 3.1. настоящего исследования.

Выявленные виды ПФ хранятся в когнитивной базе в виде феноменологических и лингвистических когнитивных структур, входят в нее как таковые, так и в совокупности своих дифференциальных признаков и значений-смыслов. Уточним, что ПВ имеет три уровня смысла: «1) поверхностное значение, которое равно сумме значений компонентов высказывания; 2) глубинное значение, которое не равно простой сумме значений компонентов высказывания, но представляет собой семантический результат сочетания компонентов прецедентного высказывания, формирующих его лексико-грамматическую структуру; 3) системный смысл, представляющий собой “сумму” глубинного значения (при наличии такового) высказывания и знания ПФ (ПТ, ПС) и связанных с ним коннотаций» [Захаренко 1997 : 96].

Структура ПИ делится на три зоны: дифференциальные признаки (внешность, характер, ситуация), атрибуты (детали одежды или внешности, принадлежащие денотату) и оценка. Дифференциальные признаки представляют собой «некую сложную систему определенных характеристик, отличающих рассматриваемый предмет от ему подобных» [Захаренко 1997 : 89; Красных 2003 : 198].

Основываясь на представленных данных о когнитивной структуре ПВ и ПИ, в настоящей части исследования проанализируем:

– ПВ, зафиксированные в заголовках российской и британской прессы, с точки зрения частотности актуализации поверхностного, глубинного значений и системного смысла;

– ПИ, зафиксированные в заголовках российской и британской прессы с позиций реализации элементов их когнитивной структуры в публикациях.

Принятая классификация представляет интерес с точки зрения выявления особенностей реализации коммуникативного воздействия, под которым, вслед за Ю. К. Пироговой, понимается воздействие на знания, отношения и намерения адресата в нужном для адресанта направлении [Пирогова 2001 : 543]. Одним из способов воздействия становится, как отмечает исследователь, вербальное воздействие. Частным речевым приемом, по мнению Н. Б. Руженцевой, выступают узкие, специализированные способы построения высказывания, в совокупности направленные на достижение заданной цели [Руженцева 2004 : 26], – является

апелляция к значениям ПВ и дифференциальным признакам ПИ, используемым в заголовках прессы, что позволяет выявить механизмы воздействия на точку зрения адресата посредством ПФ. Предполагается, что данный механизм запускается, как только адресат читает заголовок. Авторская точка зрения, вынесенная в исследуемую позицию, транслируется на весь текст публикации, определяет русло, по которому идет подача материала.

### **3.3.1. Механизмы речевого воздействия посредством актуализации элементов когнитивной структуры прецедентных феноменов, находящихся в заголовках российской прессы**

В результате изучения ПВ в заголовках российской прессы с точки зрения актуализации элементов их когнитивной структуры были получены следующие результаты, анализ которых представлен далее.

#### **1. Поверхностное значение (44,6 %):**

*Как Гус спас Третий Рим* (НВ, 22.12.08). В примере посредством ПВ вербализована ПС о спасении Рима гусями. Апелляция к приведенному феномену обусловлена фонетической близостью имени Гус с названием птицы, а также тем, что Москву нередко называют Третьим Римом. Однако соположение со сферой-источником в рассматриваемом случае не предполагается. Материал посвящен Гусу Хиддинку, благодаря которому *«российская футбольная сборная впервые в своей истории входит в четверку сильнейших на континенте»*.

*Лед тронулся, господа присяжные заседатели?* (НВ, 24.11.08). Публикация повествует о процессе по делу об убийстве А. Политковской, который начался со скандала. Судья объявил заседание суда закрытым, мотивируя тем, что присяжные испугались прессы. Узнав об этом, один из присяжных выступил перед прессой с опровержением данной информации: *«Ему просто стало стыдно за ложь вокруг, и он сказал правду. Потому что не струсил. Что-то меняется в сознании людей. Надоело бесконечное вранье. Лед тронулся?»*. Ситуация, описываемая в публикации, не соответствует той, где ПФ изначально прозвучало, что позволяет говорить об актуализации только поверхностного значения данного ПВ.

## 2. Системный смысл (29,3 %):

*Подданные отеля Калифорния* (РВ, 12.10.–18.10.05). Речь идет о сложной жизни русских эмигрантов в Канаде, которая подается сквозь призму песни «Отель Калифорния» группы Eagles: *«Герой едет по пустынной местности. Вечерет. Вдалеке возникают мерцающие огни отеля. У дверей отеля героя встречает “она”. Она зажигает свечу и ведет его по коридору, из глубины которого доносятся голоса: “Welcome to the Hotel California! Добро пожаловать в Отель Калифорния!”. Героя окружают люди, которых она называет друзьями. Зеркальный потолок, розовое шампанское со льдом... Она говорит: “Мы все здесь узники”. Последнее, что он помнит, – как бежал по коридору в поисках двери. “Расслабься, – сказал голос. – Мы запрограммированы принимать. Ты можешь выписаться из отеля всегда, but you’ll never leave – но ты никогда отсюда не уедешь”. But you’ll never leave...»*. Апеллируя к коннотациям, которые связаны с приведенной песней, и частично цитируя ее слова, журналист позволяет адресату актуализировать атмосферу безвыходности. Однако предполагаемый эффект достигается при соответствующих фоновых знаниях реципиента.

*Когда в товарищах согласия нет* (РВ, 12.10–18.10.05). Посредством актуализации системного смысла ПВ автор представляет материал о разногласиях, возникших в правительстве в связи с вопросом о развитии малого бизнеса в России. Читатель, экстраполируя сюжет известной басни И. А. Крылова на содержание публикации, приходит к выводу о том, что заявленная проблема не разрешится в скором времени.

## 3. Глубинное значение (21,7 %):

*Разделяй и властвуй* (РВ, 2.02–8.02.05). ПВ символизирует следующий метод управления – получения и поддержания власти путем разделения большой концентрации власти на группы, которые индивидуально имеют меньше власти. Публикация посвящена реформе в области электроэнергетики: установлению прямого запрета на совмещение естественно-монопольных и потенциально конкурентных видов деятельности, а также анализу причин, в силу которых это нововведение пришлось отложить. Принцип работы реформы объясняется автором публикации сквозь призму ПВ, которое вынесено в заголовок. В данном случае происходит актуализация его глубинного значения, которое экстраполируется на ситуацию: *«Такое разделение призвано создать условия для развития конкуренции в*

*электроэнергетике, что возможно, если инфраструктуры (сети и оперативно-диспетчерское управление) не будут находиться в одних руках».*

*Погоня за двумя зайцами* (НВ, 2.07.06). В заголовке представлено трансформированное устойчивое выражение «За двумя зайцами погонишься – ни одного не поймаешь». Главная идея публикации заключается в том, что превращение Шанхайской организации сотрудничества в военно-политический альянс, противостоящий НАТО, выгоден всем ее членам, кроме России. Автор публикации считает, что, *«пока в Москве никак не могут решить, с кем и против кого дружить, пока на мировых рынках котируются только наши нефть и газ, никто не будет ни уважать Россию, ни считаться с ней».* В связи с этим необходимо на данном этапе определиться с дальнейшим путем развития: либо налаживать отношения с Западом, либо постепенно становиться сырьевым придатком Ирана и Китая. Анализируемая дилемма коррелирует с глубинным значением ПВ, вынесенным в заголовок.

#### **4. Совокупность значений (4,3 %):**

*Любители быстрой езды* (РВ, 25.04–27.04.05). ПВ в заголовке, генетически восходящее к произведению «Мертвые души», актуализируется в публикации двояко. Так, выбор высказывания как средства номинации определяется самим материалом, который повествует о недавних победах российских бобслеистов. В приведенном случае реализуется его поверхностное значение. Упоминание автором публикации Н. В. Гоголя свидетельствует об апелляции к фоновым знаниям адресата, что позволяет говорить об актуализации также системного смысла ПВ: *«До сих пор в России нет ни одной трассы для бобслеистов, однако любовь к быстрой езде у русских в крови. Это еще Гоголь подметил, а российские саночники подтверждают».*

*А город подумал: учения идут* (НВ, 08.12.08). ПВ вербализует ПС, сфера-источник которой – песня «Огромное небо» на стихи Р. Рождественского, где говорится о летчиках-товарищах, которые решили посадить самолет с отказавшим мотором не на город, а в лесу, чтобы не было жертв среди мирного населения. Жители города так и не узнали о подвиге, подумав, что раздавшийся взрыв – военные учения, проводимые в окрестностях. В публикации осуществляется экстраполирование приведенной ситуации на излагаемый материал, в котором представлен обзор того, как встречают высшее руководство городские власти



регионов России. ПВ, используемое в заголовке, актуализирует следующий смысл: жители голода слышат отголоски предстоящего события, видят некоторые положительные изменения на главных улицах (*«третий раз у администрации области асфальт переложили», «Улицу Николая Островского за одну ночь сделали»*), однако не могут задать вопросы высокопоставленному гостю, встретиться с ним. Материал публикации позволяет говорить об апелляции к системному смыслу ПВ. Далее отмечается, что *«за день до прилета в Оренбург туда следовали колонны военных “Уралов” и техники 27-й мотострелковой дивизии. Поскольку ни информации об учениях, ни тем более о прилете президента у местных жителей не было, сельчане даже интересовались у журналистов: не началась ли война с Казахстаном...»*. Таким образом, в рассмотренном случае можно говорить об актуализации как системного, так и поверхностного значения ПВ в анализируемом тексте, призванные показать ироничное отношение автора к ситуации, продемонстрировать нелепость маскарада, который разыгрывается перед высшим руководством.

Итак, анализ способов выражения элементов когнитивной структуры ПВ заголовка в газетной / журнальной публикации позволяет говорить о том, что в российской прессе речевое воздействие на адресата осуществляется посредством актуализации поверхностного, глубинного, системного смыслов, а также их комбинации.

Далее выявим способы речевого воздействия на адресата посредством актуализации элементов когнитивной структуры ПИ в российской прессе. Отметим, что апелляция к обозначенным единицам составляет 24,7 % от общего числа ПФ.

### **1. Вид деятельности (35,5 %):**

*Миссия Штирлица в Афганистане* (АиФ, 9.05–15.05.07). Публикация повествует о миссии Марселя Габитова в спецоперации ГРУ Генштаба ВС СССР. При ее выполнении майор Советской армии «служил» муллой в стане афганских моджахедов. Поскольку главный дифференциальный признак ПИ *Штирлиц* – деятельность шпиона, то это и обусловило выбор ПФ для заголовка.

*Мишень для Сократа* (РГ, 24.01.07). В публикации речь идет об образе современной молодежи. В этой связи происходит апелляция к Сократу, *«который ругал молодежь точь-в-точь как современные люди в возрасте – “молодежь любит роскошь, она дурно воспитана, насмехается над начальством, не уважает стариков. Попросту говоря, они*

*очень плохие*»». Посредством обращения к указанному ПИ подчеркивается неизменная критика молодых людей представителями более старшего поколения.

## **2. Ситуация (20,3 %):**

*Дорогой Леонид Ильич* (НВ, 17.11.08). Материал публикации относительно современной политической ситуации излагается сквозь призму реалий брежневской эпохи, символ которой вынесен в сильную позицию текста. Сравнение осуществляется последовательно на протяжении всего текста: *«Мы вернулись в брежневские времена: имитация власти, имитация покорности, имитация управления, имитация единомыслия, имитация пропаганды и имитация доверия. Все вместе это оборачивается имитацией не только государства, но и страны. И опять в силе поговорка брежневских времен: “Вы делаете вид, что платите нам, а мы делаем вид, что работаем”. Страна вновь переселилась жить на хутор и изображает повиновение лишь настолько, насколько это необходимо, чтобы власть оставила ее в покое»*. Апеллируя к оценочному потенциалу ПИ, автор создает определенный образ современной действительности.

*Александра Федоровна Буш* (НВ, 24.07.05). В публикации речь идет о сером кардинале Белого дома, ближайшем советнике президента США Карле Роуве, подозреваемом в предательстве, но продолжающем получать поддержку президента. Журналист для выражения своей точки зрения по поводу сложившейся ситуации в Белом Доме апеллирует к ПС: отношению императрицы Александры Федоровны к Г. Распутину, оправданию всех его поступков. Таким образом, информация с помощью ПФ подается под нужным для автора углом и, в свою очередь, настраивает определенным образом читателя на восприятие описываемого материала.

## **3. Черты поведения (14,5 %):**

*Шапокляк в оппозиции* (АиФ, 16.04–22.04.08). Яркий дифференциальный признак ПИ – вредный характер старушки, которая уверена, что «хорошими делами прославиться нельзя». Приведенная черта переносится в тексте на пожилых людей, активно выступающих *«впереди толпы митингующих за определенное вознаграждение»*. Такая излюбленная тактика экстремистов, согласно материалу публикации, вызывает недовольство, в частности, у Министра внутренних дел Р. Нургалиева.

*Неделя Емели* (НВ, 10.07.05). В анализируемом журнальном тексте актуализируется черта поведения Емели – лень. Публикация посвящена нежеланию молодых людей зарабатывать на жизнь тяжелым физическим трудом, чем

обусловлена популярность «сидячей» работы в охране. Указанная характеристика ПИ экстраполируется на молодых охранников, которые «как Емели, ожидают, что приедут сани и отвезут их к царскому крыльцу».

#### **4. Внешний вид / физические характеристики:**

Страна-гулливер с зарплатами-ллипутами (АиФ, 10.01–16.01.07). В заголовке актуализируются внешние характеристики героев произведения Дж. Свифта, сквозь призму которых подается главный тезис: Россия – огромная страна, где большая часть населения имеет низкий уровень заработка.

Великий Матроскин (РВ, 31.08–6.09.05). Публикация посвящена 70-летию О. Табакова. Тот факт, что актер озвучивал знаменитого кота Матроскина, обусловил выбор ПИ для заголовка. В данном случае актуализируется физическая характеристика ПИ – голос.

#### **5. Отсутствие актуализации элементов когнитивной структуры (8,7 %).**

В заголовках российской прессы зафиксированы случаи употребления ПИ без последующей актуализации элементов их когнитивной структуры в публикации. Апелляции такого рода коррелируют с употреблением ПВ в его поверхностном значении. В выявленных случаях языковая игра, основанная на ПИ, представляется удачной речевой формулой, подсказанной самим материалом сообщения.

Цены-«декабристы» (АиФ, 29.10–4.11.08). В приведенном примере речь идет о прогнозе цен на декабрь, приводится список товаров, которые должны стать дороже или подешеветь. Тема публикации обусловила выбор ПИ *Декабрист*, которое используется только в экспрессивных целях.

Волшебники «Изумрудного города» (АиФ, 2.04.–8.04.08). Аналогичным является употребление в заголовке ПИ *Волшебник Изумрудного города*, которое выступает средством номинации публикации об ансамбле народных инструментов «Изумруд» при Свердловском театре музыкальной комедии и его традиционном фестивале этнической музыки «Изумрудный город».

#### **6. Атрибуты (2,9 %):**

Шапка Мономаха для Юрия Семина (РВ, 25.04–27.04.05). Шапка Мономаха – регалия русских великих князей и царей, символ самодержавия в России. В тексте указанный атрибут актуализируется через ритуал избрания Папы Римского в

Ватикане: *«Из трубы здания спортивных ведомств на Лужнецкой набережной в Москве, должно быть, идет белый дымок. Российский футбольный союз определился с “папой” для сборной России. Надолго ли, но миссия спасителя возлагается на Юрия Семина»*. Предположительно, соположение ПС в публикации с ПФ в заголовке основано на том, что Шапка Мономаха – атрибут власти. Воплощением последней в католическом мире является Папа Римский.

*Лучший мой подарочек – кепка Лужкова и пуд соли* (Известия, 26.12.06). В тексте говорится о необычных подарках, преподнесенных по случаю инаугурации мэров и губернаторов. Одним из них оказалась миниатюрная копия кепки Лужкова, *«чтобы было на кого равняться»*. Апелляция к кепке, неотъемлемому атрибуту ПИ, означает символ управления столицей и считается лучшим подарком, что и определило выбор ПФ в заголовке.

#### **7. Совокупность актуализируемых признаков (2,9 %):**

*Запредельный дар Алисы Фрейндлих, или как из Мымры сделать классику* (АиФ, 11.06–17.06.08). ПИ *Мымра* имеет широкое семантическое поле. В публикации актуализируется совокупность его дифференциальных признаков (вид деятельности, черты характера, внешность), поскольку материал посвящен награждению актрисы премией *«за создание образов, ставших классикой»*.

*Ломоносову сегодня не пробиться* (РВ, 16.03–22.03.05). Публикация посвящена действиям федеральной комиссии по надзору в сфере образования в рамках проверки российских вузов и отбору лицензий. Поскольку большое количество частных учебных заведений не соответствует требуемому уровню, их число необходимо сократить. Однако здесь есть обратная сторона: *«При нынешних условиях финансирования образования, материального обеспечения подавляющей массы населения, будь ты трижды Ломоносовым, все равно, даже в лаптях, не сможешь добраться до Питера и Москвы»*. В тексте посредством обращения к ПИ актуализируется ПС (прийти пешком из Мурманска в Москву учиться), символ которой – Ломоносов и такой дифференциальный признак, как высокие умственные способности. По мнению журналиста, при сокращении количества вузов страны у малообеспеченной прослойки населения снижается возможность получения высшего образования, которое *«для “детей рабочих и крестьян” – единственный пропуск в активную социально-экономическую и политическую жизнь»*.

### **8. Умственные способности (2,9 %):**

*Как найти Ломоносова* (АиФ, 30.05–5.06.07). Публикация посвящена вопросу ЕГЭ и возможностям с помощью результатов данного экзамена объективно оценить знания учащихся. Закономерным представляется выбор ПИ и актуализация такого дифференциального признака, как «высокие интеллектуальные способности».

*А все-таки Эйнштейн был отличником* (РГ, 24.01.07). Одним из дифференциальных признаков ПИ является «низкая успеваемость в школе», который актуализируется в материале публикации. Публикация посвящена развенчиванию мифов о знаменитых людях, один из которых заключается в том, что Эйнштейн плохо учился. Как говорит автор газетного текста, *«высшими баллами в то время были единица и двойка, которые и стояли в дневнике будущего великого физика»*.

Итак, анализ заголовков российской прессы позволил продемонстрировать способы подачи материала, основанные на актуализации элементов когнитивной структуры ПИ. Так, в публикациях реализуются, прежде всего, дифференциальные признаки, общее количество которых составило 7. Зафиксированы также случаи апелляций к ПИ без последующей актуализации элементов их структуры, цель которых заключается в привлечении внимания адресата, а не влиянии на его восприятие материала.

Комплексное исследование ПВ и ПИ с указанных позиций свидетельствует о реализации определенного воздействия на читателя. С помощью активизации прагматического потенциала прецедентной единицы определяется канал, по которому транслируется информация, что приводит к ее одностороннему восприятию адресатом. Далее перейдем к аналогичному анализу материала, основанному на заголовках в британской прессе, что позволит в дальнейшем сопоставить выявленные тенденции.

### **3.3.2. Механизмы речевого воздействия посредством актуализации элементов когнитивной структуры прецедентных феноменов, находящихся в заголовках британской прессы**

В параграфе представлен анализ когнитивной структуры ПВ и ПИ в заголовках британской прессы с точки зрения актуализации их элементов в газетной / журнальной публикации.

**1. Поверхностное значение (62,1 %).** Актуализация выделенного типа значения ПВ наиболее частотна в заголовках британской прессы. От адресата требуется распознать ПФ, который представлен в канонической или трансформированной форме. В данном случае ПВ рассматривается как удачная речевая формула, которая может служить средством номинации публикации. Зафиксированы также заголовки, в которых глубинное значение ПВ намеренно нивелируется в экспрессивных целях. Предполагается, что такой прием рассчитан на создание эффекта чего-либо знакомого, что должно привлечь внимание адресата.

*It's raining dogs, cats needn't apply* (The Sunday Times, October 22, 2006). Обыгрывается устойчивое выражение *It's raining cats and dogs*. Стилистический прием, используемый в примере, построен на буквализации компонентов ПВ – публикация посвящена частым падениям собак с моста в городе Милтон, Великобритания.

*The wind in the billows* (The Forbes. September 5, 2005). В примере представлена лексическая трансформация названия произведения Кеннета Грэма «The Wind in the Willows», основанная на фонетическом сходстве в звучании существительных *willows – billows*. В тексте идет речь о круизе по Карибскому морю на яхте класса люкс, об ее устройстве и предлагаемых развлечениях. В рассматриваемом случае ПФ в заголовке имеет экспрессивную нагрузку и не предполагает знания сферы-источника для понимания публикации.

**2. Системный смысл (20,5 %).** Подача материала публикации осуществляется сквозь призму определенной ПС и связанных с ней коннотаций. Отсутствие у адресата соответствующих фоновых знаний ведет к коммуникативному сбою. Приведем примеры:

*Down the rabbit hole* (The Economist, June 28, 2007). ПВ взято из произведения Льюиса Кэрролла «Алиса в стране чудес». В публикации изложение материала о невозможности запустить адронный коллайдер в запланированный срок происходит сквозь призму ПС, символ которой – спешка, суматоха: «OH DEAR! Oh dear! I shall be

*too late!*” So muttered the White Rabbit just before he plunged into Wonderland, with Alice in pursuit. Similar utterances have been escaping the lips of European physicists, as it was confirmed last week that their own subterranean Wonderland, a new machine called the Large Hadron Collider, will not now begin work until May 2008». Соположение ПВ, вынесенного в заголовок, с текстом-источником и соответствующими коннотациями обязательно для понимания замысла журналиста.

*Dangerous Russia: Fools and Bad Roads* (The Economist, March 22, 2007). В заголовке наблюдается апелляция к произведению Н. В. Гоголя «Мертвые души»: на Руси две беды – дураки и плохие дороги. Однако автор анализируемого текста полагает, что с XIX века, когда был создан анализируемый прецедент, в России количество бед значительно увеличилось, поскольку здесь постоянно гибнут люди. Далее с целью подтверждения данного тезиса журналист приводит статистику несчастных случаев за последнюю неделю: *«More than 100 people perished this week after an explosion at a Siberian mine. Thousands of kilometres away more than 60 died in a fire at a retirement home on the Sea of Azov. A few days earlier a plane crash killed six Russians in the southern city of Samara»*. Выбор автором выявленного феномена как средства номинации публикации предполагает знание реципиентом соответствующих коннотаций, поскольку только в таком случае возможно понимание прагматической установки журналиста.

**3. Глубинное значение (14,7 %).** При реализации указанного значения соположение со сферой-источником не обязательно. От адресата требуется восстановить каноническую форму ПФ и соответствующий ему инвариант восприятия.

*Divided we stand* (The Economist, October 16, 2008). Обыгрывается выражение из басни Эзопа «Четыре быка и лев» *«United we stand, Divided we fall»*, получившее статус устойчивого выражения. Его глубинное значение – идея сплоченности, поскольку только вместе можно противостоять трудностям. В тексте, актуализируя ПВ, автор опровергает эту истину. Согласно точке зрения, представленной в публикации, объединение европейских банков в борьбе с экономическим кризисом неблагоприятно сказывается на некоторых из них: *«Agreeing on a formula for burden-sharing ahead of time would be particularly awkward for Britain, because its outsize share of EU*

*banking assets could leave it on the hook for the cost of rescuing all sorts of banks. Europe may now be acting in concert, but it has a long way to go before it acts as one».*

*Mission impossible, nearly* (The Economist, August 2, 2007). В примере фигурирует название фильма 1996 г. ПВ функционирует как клише, то есть задействует лингвистические когнитивные структуры. Высказывание обладает глубинным значением, неравным простой сумме значений его компонентов, однако лишено системного смысла, представляющего собой сумму глубинного значения и знания ПФ (текста «Миссия невыполнима»), стоящего за ним. Феноменологические когнитивные структуры, формирующие культурную компетенцию, остаются незадействованными: чтобы понять смысл высказывания, знакомство с текстом необязательно. В публикации говорится о нищете, которая царит в Нигерии, несмотря на то что страна стоит на восьмом месте по экспорту нефти в мире. Сложившаяся обстановка обусловила апелляцию к ПВ *Mission Impossible*. Выборы на пост президента Умару Яр'Адуа вселили надежду на благоприятные изменения в стране, что отражено в заголовке наречием *nearly*: «*There must be few other countries on earth with such a glaring mismatch between their actual state and their extraordinary potential. And yet Mr Yar'Adua may yet achieve something in his four-year term*».

**4. Совокупность значений (2,6 %).** Выделение данной группы продиктовано наличием текстов, где одновременно актуализируются два значения ПВ, что делает восприятие публикации более сложным. Отметим, что данный эффект достигается только при разгадывании данного ребуса адресатом.

*Where the grass is greener* (The Economist, August 16, 2007). ПВ, находящийся в заголовке, реализует как поверхностное, так и глубинное значения. Анализируемый материал посвящен городу Керриот, штат Калифорния. С одной стороны, в публикации наблюдается апелляция к приведенному выражению в его буквальном значении: «*The grass, watered by innumerable sprinklers, is a brighter shade of green*». С другой – сам материал подается сквозь призму глубинного значения ПВ. Керриот рисуется как процветающий город, в котором лучшая школа штата, отсутствие преступности и расовых распрей: «*An astonishing 96% of residents said they were satisfied with the provision of public services. The newcomers have not formed ghettos. The last census showed that whites and Asians were more intermixed in Cerritos than in all but 16 other American cities. Whites were even more mixed-up with blacks and Hispanics. The city is so peaceful*



*that gang members from nearby cities occasionally meet there to play basketball, knowing they will not be attacked by rivals».*

*All that gold does not glitter* (The Economist, August 21, 2008). Публикация посвящена вопросу о подлинности золотых медалей, полученных китайскими спортсменами на Олимпиаде в Пекине. Неожиданный успех вызвал подозрение не только у стран-победителей предыдущих олимпиад, но и в самом Китае: «*America, the sporting superpower, has been defeated. Russia, third-ranking at the Athens Olympics in 2004, has been left in the dust. But some Chinese are openly questioning China's route to Olympic triumph*». ПВ, таким образом, актуализирует как поверхностное, так и глубинное значения. Посредством реализации первого заявляется тема сообщения, путем апелляции ко второму – оценка события.

Проведенный анализ свидетельствует о том, что ПВ, находящийся в заголовке, представляет собой не только способ привлечения потенциального читателя к публикации, но и создает вертикальный контекст, основанный на актуализации элементов когнитивной структуры исследуемой единицы.

Апелляции к ПИ составляют 21,5 % от общего числа ПФ, зафиксированных в заголовках британской прессы. Анализ указанных единиц показал, что в британском газетно-журнальном дискурсе наиболее частотна актуализация их дифференциальных признаков. Далее обратимся к механизмам реализации воздействия на адресата посредством их актуализации в публикации:

### **1. Вид деятельности (35,4 %):**

*Learning to live with Big Brother* (The Economist, September 27, 2007). *Big Brother* вымышленный герой Дж. Оруэлла, диктатор Океании, которого никто никогда не видел, но все жители знают, что он за ними наблюдает: «*Big Brother is watching you*». В публикации актуализируется такой дифференциальный признак данного ПИ, как «незримый контроль над происходящим и наказание тех, кто нарушает закон»: «*It used to be easy to tell whether you were in a free country or a dictatorship. These days, data about people's whereabouts, purchases, behaviour and personal lives are gathered, stored and shared on a scale that no dictator of the old school ever thought possible. But the ubiquity of electronic data-gathering and processing – and above all, its acceptance by the public—is still astonishing, even compared with a decade ago. Nor is it confined to one region or political system*». Апеллируя к ПИ, автор повествует о различных способах контроля над человеком, подчеркивая,

что то, что раньше воспринималось как нарушение прав свободы, представлялось атрибутом тоталитарного государства, сейчас рассматривается как необходимая мера для оптимального функционирования системы обслуживания и борьбы с терроризмом. Обращаясь к прагматическому потенциалу ПИ, автор создает определенный канал, по которому материал публикации доходит до адресата, на основании чего мы можем говорить о реализации анализируемой единицей суггестивной функции.

*Who will be the next Harry* (The Daily Telegraph, July 15, 2007). Публикация посвящена поиску нового героя для британских детей, который способен заменить Гарри Поттера, определению рода занятий будущего кумира: «*A tunnel-digging archaeologist? A poker-playing skeleton? We gave a selection of the latest adventures to our panel of Potter-lovers, aged 9–18*».

## **2. Черты поведения (26,7 %):**

*Europe's leaders should copy Bush* (The Daily Telegraph, June 6, 2007). В анализируемом материале актуализируется следующая черта Дж. Буша как президента США: в любом вопросе думать о людях, которые его выбрали, и о национальных интересах: «*Mr Bush is constantly looking over his shoulder to the audience at home*». По мнению автора, именно этого не хватает европейским лидерам: «*Where European leaders seek out the local big boys, the tribal warlords or factional spokesmen, when they attempt to deal with international crises, the Americans awkwardly insist on trying to establish constitutional democratic governments, however tenuous or unstable, with which to relate*».

*Black sheep* (The Economist, May 31, 2007). ПИ используется для описания ситуации, сложившейся в семье президента Казахстана Нурсултана Назарбаева в связи с действиями Рахата Алиева: «*Every family has a black sheep. But this one wants to be president*». Посредством актуализации дифференциального признака ПИ Рахат Алиев характеризуется как человек, бросивший тень на семью лидера государства и поступивший вопреки установленным правилам.

## **3. Ситуация (21,6 %):**

*A new cold war? Nonsense. It's old-fashioned diplomacy* (The Guardian, July 18, 2007). ПИ *Cold war* – символ глобальной геополитической, экономической и идеологической конфронтации между США и их союзниками, с одной стороны, и Советским Союзом и его союзниками – с другой, длившейся с середины 40-х до

начала 90-х годов XX века. Публикация посвящена прохладным отношениям России с США и Великобританией, сложившимся в свете последних событий (убийство А. Литвиненко, признание независимости Косово, вопрос о выдаче Б. Березовского и др.). Однако, как отмечает автор, «*It is puerile to compare this Anglo-Russian mess to that titanic ideological struggle. Today's dispute is more a 19th-century trial of strength over resources and national pride. It has nothing like the cataclysmic potential of the cold war, but it is still dangerous because both sides are unpredictably led*». Используя ПИ, журналист развенчивает миф о новой холодной войне, успокаивая тем самым адресата.

*South-East Asia's Gorbachev?* (The Economist, July 3, 2008). Анализ словоупотреблений ПИ *Gorbachev* в британской прессе позволяет прийти к выводу, что указанное имя имеет следующее значение в когнитивной базе среднего британца: «политический деятель, который внезапно появился из глубин умирающей государственной системы и нашел в себе силы провести рискованные, но необходимые реформы». Таким образом, ПИ *Gorbachev* выступает символом изменений, направленных на ликвидацию ситуации политической и социальной нестабильности. Сквозь призму приведенных качеств рассматривается премьер министр Малайзии Абдула Бадави, которому посвящена публикация: «*Mr Badawi has started to clean up the legal system and repair some of the damage done to the independence of the country's judiciary. Mr Badawi has also taken the risky decision to cut fuel subsidies, sending petrol prices soaring. The Gorbachev comparisons spring from these past few months. But Abdullah Badawi certainly does not deserve that title*». Для понимания сравнения, которое осуществляется журналистом, необходимо знание дифференциальных признаков ПИ в заголовке.

#### **4. Внешний вид (15,1 %):**

*Who doesn't want to look like Marilyn?* (The Guardian, June 27, 2007). ПИ *Marilyn Monroe* имеет весьма широкое семантическое поле, однако в публикации актуализируется только такой дифференциальный признак, как внешний вид: актриса является иконой стиля 50-х годов XX века. Модные тенденции того времени находят, согласно анализируемому тексту, все больше почитательниц: «*A growing minority of young women are eschewing modern style in favour of 50s glamour – there's even a new hair salon that caters for them*».

*The search for a British Obama* (The Economist, August 28, 2009). Апелляция к ПИ *Barack Obama* обусловлена тем, лидер США – афроамериканец. Актуализируя указанный признак в тексте, журналист сообщает о том, что популярность американского президента может сделать темнокожее население Великобритании более вовлеченным в политические процессы в стране: «*Simon Woolley, head of Operation Black Vote, a campaign group, wants to use Mr Obama's popularity to get Britain's racial minorities more engaged in the political process. The prospect of a British Obama – a politician of colour who could become a national leader. But differences between Britain and America explain why it may take a while. Only 8 % of Britons are non-white, whereas blacks on their own account for 12 % of the American population: the pool from which potential leaders may emerge is smaller*».

### 5. Умственные способности (1,2 %):

*Little Einsteins* (The Daily Telegraph, September 11, 2007). Важнейшим дифференциальный признак ПИ *Einstein* – умственные способности, которые обусловили выбор данной единицы для заголовка. Публикация посвящена выставке развивающих игрушек в Научном музее: «*we had many more toys to inspect for the Science Museum's second annual quest to find a "smart toy" to inspire the next generation of Einsteins*».

Итак, анализ ПИ в заголовках печатных СМИ Великобритании с позиций актуализации элементов их когнитивной структуры в публикации показал, что британские журналисты апеллируют к дифференциальным признакам исследуемых единиц с целью сравнения героя публикации с ПИ, уподобления ему, переноса неких актуализируемых признаков, а также ситуации, символ которой – ПИ в заголовке.

Далее сопоставим полученные результаты, приведенные в таблицах 9 и 10:

**Таблица 9.**

Актуализация элементов когнитивной структуры ПВ, находящихся в заголовках  
русской и британской прессы

Значения ПВ, актуализируемые в публикациях	ПВ в заголовках российской прессы, %	ПВ в заголовках британской прессы, %
Поверхностное значение	44,6	62,1
Системный смысл	29,3	20,5
Глубинное значение	21,7	14,7
Совокупность значений	4,3	2,6
<b>Итого</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Актуализация дифференциальных признаков ПИ, находящихся в заголовках  
русской и британской прессы

Дифференциальные признаки ПИ, актуализируемые в публикациях	ПИ в заголовках русской прессы, %	ПИ в заголовках британской прессы, %
Вид деятельности	35,5	35,5
Ситуация	20,3	21,6
Черты поведения	14,5	26,7
Внешний вид / физические характеристики	12,3	15,1
Отсутствие актуализации	8,7	-
Атрибут	2,9	-
Совокупность признаков	2,9	-
Умственные способности	2,9	1,2
<b>Итого</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Согласно полученным данным, в газетно-журнальном дискурсе России и Великобритании существует тенденция использования ПФ в их поверхностном значении (44,6 % и 62,1 % соответственно). Апелляции выявленного типа основываются на создании эффекта чего-либо знакомого, что предполагает побуждение адресата к прочтению публикации. Отсутствие необходимых фоновых знаний в данном случае не приводит к коммуникативному сбою. Согласно мнению И. В. Захаренко, «максимум, что «грозит» в общении при незнании ПТ и / или ПС, означающим которых выступает ПВ, – не будет оценена красота речи автора» [Захаренко 1997 : 95]. Следует также отметить низкий процент случаев активизации совокупности элементов когнитивной структуры ПФ, который зафиксирован как в русской, так и британской прессы. Думается, указанный прием не является частотным, поскольку, с одной стороны, определяется материалом самой публикации, который не всегда возможно двояко представить посредством ПФ в заголовке, а с другой – диктуется особенностями анализируемого дискурса, который ориентирован на оперативное информирование и не требует от читателя аналитического мышления. Полученные результаты указывают на сходство приоритетов относительно выбора речевых приемов, нацеленных на убеждение, в русской и британской прессы. Активизация когнитивных механизмов ПВ и ПИ, запускает механизм сравнения, сопоставления, переноса признаков и моделирования определенного видения излагаемого материала.

### Выводы по главе 3

На основе анализа корпуса ПФ, обнаруженных в заголовках российской и британской прессы, можно сделать следующие выводы:

1. При анализе заголовков, основанных на ПФ, использовано два подхода. В рамках первого заголовки представлены как самостоятельные единицы, в которых выявлены наиболее частотные способы введения интертекстуального знака. Согласно второму подходу, исследована взаимосвязь семантической организации ПФ и их функционирования в тексте публикации, средством номинации которой они являются, определены приемы воздействия на адресата путем анализа способов развертывания ПФ в газетном / журнальном тексте.

2. Выявлены способы введения ПФ в заголовки российской и британской прессы. Коммуникативное намерение заголовка формируются как на основе использования ПФ в канонической форме, так и посредством различных его трансформаций и указывают на общий подход российских и британских журналистов к использованию ПФ. Приоритетно использование единиц в канонической форме (39,9 % и 43,7 % соответственно), для которого характерно введение ПФ на языке оригинала или в переводе, а также в виде даты. Подобная частотность обусловлена, с одной стороны, способностью создавать второй смысловой план, ассоциативные связи, что неизменно ведет к активизации читательского внимания. С другой – представляется следствием мироощущения современного человек, настроен на поиск уже готовых фраз, образов, к которым он прибегает в новых ситуациях общения. Тем не менее, весьма востребованы в российской и британской прессе модели заголовков, где представлены изменения ПФ (60,1 % и 56,3 % соответственно) как проявление «карнавализации» языка, нацеленности на языковую игру, свойственные современным средствам массовой коммуникации. Трансформированные ПФ выражают отношение автора к излагаемому материалу, включают читателя в языковую игру, демонстрируют нестандартный подход к созданию заголовка, приносят эффект новизны. Приоритетными в российской и британской прессе оказались лексические изменения (39,0 % и 34,8 % соответственно), не представляющие сложных ребусов для разгадывания. Представляется возможным говорить об общих тенденциях

апеллирования к ПФ в заголовках. Наличие в российской и британской прессе моделей заголовков с идентичными способами введения ПФ позволяет сделать вывод о том, что приемы использования указанных единиц не связаны с национально-культурными особенностями газетно-журнального дискурса.

3. ПФ в заголовке обусловлен темой сообщения, одним из его тезисов, выводом автора, фоном к материалу публикации, а также комбинированием указанных элементов. Наиболее частотна в российской и британской прессе (45,5 % и 51,4 % соответственно) актуализация темы сообщения, что объясняется природой заголовка – репрезентировать текст, раскрывая его суммарное значение. Весьма распространен прием представление тезиса публикации (19,3 % и 21,5 % соответственно), что позволяет, во-первых, вычленив главную мысль в излагаемом материале и, обращаясь к коннотациям ПФ, выразить авторскую позицию. Во-вторых, в заголовке выносятся тезисы, которые могут наверняка привлечь потенциального читателя. Однако выявленная тенденция более свойственна британской прессе, где отмечена ориентация на представление фактов, тогда как российской прессе характерно апеллирование к оценочному потенциалу ПФ, манипулирование мнением адресата, на что указывает более частое обращение к рамочной конструкции (22,7 % и 17,7 % соответственно). Дублирование ПФ в заголовке и выводе усиливает воздействующий потенциал прецедентной единицы, позволяет активизировать новые значения, которые не были ясны в заголовке, но понятны в заключительной части газетного / журнального текста. Случаи актуализации незначительной детали (9,1 % и 6,6 % соответственно) несущественны, что обусловлено исследованием качественной прессы – данный способ призван, прежде всего, привлечь внимание потенциального читателя к публикации, часто на основании создания эффекта обманутого ожидания. В российской и британской прессе при актуализации любого смыслового элемента публикации посредством ПФ заголовков всегда несет экспрессивно-оценочную нагрузку, на фоне которой актуализируются в зависимости от прагматической установки автора, его информативная, моделирующая, контрастная, персуазивная, интригующая функции, а также функция создания юмористического эффекта.

4. Апелляция к ПФ позволяет автору образно выразить оценку относительно события, представив материал под определенным углом зрения, что ведет в конечном итоге к манипулированию сознанием адресата. Анализ ПФ с представленных позиций выявил особенности реализации коммуникативного воздействия, которые сведены к следующим: а) нивелирование глубинного значения ПВ, его замена на поверхностное; б) апелляция к глубинному значению ПВ в целях подтверждения своих суждений культурным авторитетом или опровержение истин, сложившихся в обществе; в) использование системного смысла ПВ для подачи материала публикации сквозь призму ПС и связанных с ней коннотаций с целью создания контраста или подобия; г) актуализация дифференциальных признаков ПИ для сравнения, уподобления, переноса актуализируемого признака на героя публикации, а также ПС, символ которой – ПИ в заголовке. На данном основании можно сделать вывод о том, что в исследуемый период в прессе России и Великобритании существуют следующие тенденции: ПФ в заголовке представляет собой не только эффективный способ привлечения внимания к публикации, но и создает вертикальный контекст газетной / журнальной публикации посредством актуализации памяти данного лингвокультурного общества.



## Заключение

Феномен интертекстуальности, возникший в рамках постструктурализма и изначально получивший развитие в литературоведении, на данном этапе развития лингвистики рассматривается как особенность существования массовой культуры, произведений изобразительного искусства, музыки, театра, способов массовой коммуникации. Современный газетно-журнальный дискурс испытывает сильное влияние культурной эпохи постмодернизма, для которой характерны генерация образов, метафор, языковой игры. Лингвокогнитивный подход к языку привел к созданию теории прецедентности, единицы которой рассматриваются как материализованные знаки интертекстуальности, тезаурусные формы ее существования.

Методологическую базу диссертации составили труды ученых, выполненные в русле антропоцентрического направления современной лингвистической науки. Целесообразность применения интегративного подхода к изучению ПФ в заголовках продиктована возможностью совмещения достижений активно развивающихся в настоящее время сопоставительной лингвистики, лингвокультурологии, когнитивной лингвистики, теории дискурса, что обеспечивает комплексность исследования.

Сопоставительный анализ прецедентных единиц, зафиксированных в заголовках российской и британской прессы с 2005 по 2009 гг. позволил выявить элементы фоновых знаний, определить способ постижения действительности у представителей исследуемых лингвокультурных обществ, а также получить важную информацию относительно образа мысли людей, их ценностных ориентиров на конкретном этапе исторического развития. Важность сопоставительного исследования актуализации ПФ в газетно-журнальном дискурсе обусловлена тем, что последний представляет собой обобщенный образ функционирующего на данный момент языка, своеобразный культурный «срез» общества. В свою очередь, исследование заголовка как сильной текстовой позиции, в котором «чужое слово» обладает презумпцией прецедентности, дает возможность изучить особенности национального сознания представителей анализируемых лингвокультурных обществ, а также выявить механизмы воздействия и способы функционирования данных единиц.

Анализ содержательно-семантических свойств ПФ в заголовках российской и

британской прессы выявил ряд общих и национально-специфичных черт. Первые отражают общность человеческой природы и ценностных ориентиров. Вторые свидетельствуют о приоритетах, продиктованных национальными, историческими и современными политическими факторами. В заголовках российской прессы преимущественно используются ПФ, генетические восходящие к сферам-источникам «Литература», «Пословицы и поговорки», «Мировая история и политика». Последняя преобладает в заголовках Великобритании, затем следуют «Киноискусство» и «Литература». Показательна высокая частотность обращений к сфере-источнику «Теракты и катастрофы» в британской прессе, что свидетельствует о большей актуальности отмеченной проблемы в британском обществе по сравнению с российским. Для последнего, в свою очередь, не свойственны апелляции к сферам-источникам «Мюзиклы» и «Комиксы», поскольку указанные явления сравнительно недавно вошли в отечественное культурное пространство.

Заголовкам российской и британской прессы свойственен феномен полипрецедентности, заключающийся в обращении к двум и более ментальным сферам-источникам, что позволяет активизировать несколько областей фоновых знаний читателя путем разгадывания предложенного ребуса. Отмеченное явление объясняется склонностью ПФ, с одной стороны, к реинтерпретации, а с другой – к контаминации с целью создания нового текста. Трансферный характер имеют преимущество феномены сфер-источников «Художественная литература», «Киноискусство», «Музыка», «Мультфильмы», «Комиксы».

При составлении заголовков российские и британские журналисты апеллируют, прежде всего, к отечественной культуре – более знакомой и авторитетной для реципиента. Однако корпус исследуемых единиц в российской прессе на настоящем этапе существования испытывает на себе сильное влияние массовой культуры англоязычного мира, что выражено в высоком проценте единиц англо-американского происхождения. В печатных СМИ Великобритании наиболее частотны обращения к ПФ американского и европейского происхождения, что свидетельствует об их культурной и исторической близости. Количество зарубежных источников ПФ в британской прессе выше, чем в российской, что обусловлено полученными в ходе исследования результатами относительно датировки иностранных явлений, полу-

чивших статус прецедентных и функционирующих в заголовках исследуемого периода. Первостепенную роль в формировании изучаемых корпусов ПФ играет XX в., для которого характерна культурная закрытость отечественного лингвокультурного общества, что и объясняет низкую относительно британского корпуса прецедентов частотность зарубежных феноменов. Анализ с позиций определения темпоральных особенностей двуязычного материала выявил зарождающуюся тенденцию стирания приоритета отечественной культуры как источника прецедентности, на что указывает одинаковое процентное соотношение национальных и зарубежных единиц, датируемых XXI в. Полученные данные представляются закономерным следствием сближения людей, вызванного процессами глобализации.

Коммуникативное намерение заголовка формируется как на основе использования ПФ в канонической форме, так и посредством различных его изменений (лексических, графических, синтаксических, грамматических, комплексных трансформаций и контаминации). Последний прием является наиболее частотным, поскольку позволяет адаптировать ПФ к материалу публикации, выразить авторскую позицию, создать эффект новизны. Среди выявленных трансформаций приоритетными стали лексические, представляющие широкое поле для словотворчества. Несмотря на некоторые отличия на уровне подгрупп, можно констатировать схожие способы введения исследуемых единиц в заголовки, что свидетельствует об общем подходе журналистов к использованию ПФ в печатных СМИ России и Великобритании.

Газетный / журнальный текст представлен в исследовании как иерархически устроенная система тезисов, развивающихся и дополняющих друг друга. На данном основании ПФ в заголовке изучен с позиций актуализации смысловых элементов публикации. Доказано, что ПФ в заголовках российской и британской прессы актуализирует либо тему, один из тезисов, аналитическую оценку материала, выраженную в выводе, либо фон / иллюстрацию. Выбор смыслового элемента публикации зависит от прагматического эффекта, которого желает достичь автор. Анализ экспериментального материала позволил прийти к следующим результатам: первоочередным стало выражение главной мысли посредством ПФ, что обусловлено назывной функцией заголовка, которая является его онтологической исходной. Слу-

чаи вынесения второстепенных деталей в позицию заголовка оказались наименее частотными. Данный факт свидетельствует о приоритете информативности перед экспрессией. Исследуемые единицы выполняют при этом одну или несколько из выявленных функций: информативную, моделирующую, контрастивную, интригующую, персуазивную, а также создания юмористического эффекта.

Высокая частотность использования ПФ в современных заголовках прессы России и Великобритании обусловлена не только постмодернистскими тенденциями письма, которые воплощаются в постоянном поиске уже готовых фраз, удачных речевых формул, но и созданием вертикального контекста при восприятии газетного и журнального текста. С целью достижения определенной прагматической цели адресант, выражая опорную мысль для заголовка, апеллирует к культурной памяти лингвокультурного общества, что позволяет транслировать излагаемый материал в определенном русле путем актуализации глубинного, системного смыслов ПВ, а также дифференциальных признаков ПИ. На данном основании выделены следующие способы воздействия ПФ на адресата: а) апелляция к глубинному значению прецедентного высказывания (ПВ) в целях подтверждения своих суждений авторитетом иного лица; б) нивелирование глубинного значения ПВ, его замена на поверхностное; в) использование системного смысла ПВ для подачи материала публикации сквозь призму прецедентной ситуации (ПС) и связанных с ней коннотаций с целью создания контраста или подобия; г) актуализация дифференциальных признаков прецедентного имени (ПИ) с целью сравнения, уподобления, переноса актуализируемого признака на героя публикации.

Проведенный сопоставительный анализ ПФ в заголовках российской и британской прессы может служить основой для дальнейшего исследования проявлений интертекстуальности. Так, перспективными представляются следующие направления в изучении ПФ в газетно-журнальном дискурсе:

- сопоставительное исследование ПФ в газетно-журнальном дискурсе нескольких лингвокультурных сообществ с учетом гендерного признака адресантов, что позволит выявить особенности апелляций к интертекстуальным единицам мужчин и женщин-журналистов;
- исследование ПФ, зафиксированных в журналах, ориентированных на опре-

деленную аудиторию (профессиональную, гендерную, возрастную, религиозную и т.д.);

– исследование восприятия ПФ и прогноза относительно материала публикации, средством номинации которых они являются, у различных групп реципиентов, отличающихся по гендерным, возрастным, профессиональным и другим признакам;

– сопоставительное исследование корпуса ПФ, зафиксированного в качественной / бульварной прессе нескольких лингвокультурных сообществ;

– исследование особенностей использования ПФ в различных жанрах газетно-журнального дискурса (информационных, аналитических, информационно-аналитических).

Дальнейшее развитие когнитивной лингвистики, и теории прецедентности в частности, откроет, как мы считаем, новые перспективы в изучении проанализированных единиц, определит актуальные темы и проблемы последующих исследований; позволит развить и уточнить некоторые положения настоящей работы.

### Библиография

1. Азнабаева, Л. А. Принципы речевого поведения адресата в конвенциональном общении / Л. А. Азнабаева. – Уфа : Изд-е Башкирск. ун-та, 1998. – 182 с.
2. Александрова, О. В. Когнитивно-прагматические особенности построения дискурса в средствах массовой информации / О. В. Александрова // Текст и дискурс: традиционный и когнитивно-функциональный аспекты исследования: сб. научных тр. / под ред. Л. А. Манерко. – Рязань : Ряз. гос. пед. ун-т, 2002. – С. 80–94.
3. Алексеенко, М. А. Текстовая реминисценция как единица интертекстуальности / М. А. Алексеенко // Массовая культура на рубеже XX – XXI веков : Человек и его дискурс. Сборник научных трудов. – М. : «Азбуковник», 2003. – С. 221–233.
4. Аникина, Э. М. Интертекстуальность в дискурсе СМИ (на материале англо-американской прессы) : монография. – Уфа : РИО БашГУ, 2006. – 99 с.
5. Аннушкин, В. М. Стиль речи СМИ – стиль жизни общества / В. М. Аннушкин // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. Тезисы докл. междунар. науч. конференции. Москва, 25–27 октября 2001 года. / МГУ им. Ломоносова. – М., 2001. – С. 5.
6. Арнольд, И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность / И. В. Арнольд // Сборник статей / науч. ред. П. Е. Бухаркин – СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского университета, 1999 – С. 341–350.
7. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // БЭС. Языкознание / гл. ред. Ярцева. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 136–137.
8. Арутюнова, Н. Д. Фактор адресата // Известия АН СССР. Сер. литературы и языка. – 1981. – № 4. – С. 356–367.
9. Ахманова О.С. «Вертикальный контекст» как филологическая проблема / О. С. Ахманова, И. В. Гюббенет // Вопросы языкознания. – 1977. – № 3. – С. 47–54.
10. Бабенко, Л. Г. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика : учебник. практикум. – 2-е изд. / Л. Г. Бабенко, Ю. В. Казарин. – М. : Флинта : Наука, 2004. – 496 с.
11. Балахонская, Л. В. Прецедентные феномены как средство манипулирования в рекламном дискурсе / Л. В. Балахонская // Слово. Семантика. Текст. – СПб., 2002. –

С. 34–39.

12. Банникова, С. В. Прецедентность как лингвокультурный феномен: На материале английских и русских текстов : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / С. В. Банникова – Тамбов, 2004 – 182 с.
13. Баранов, А. Н. Постулаты когнитивной семантики / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский // Известия АН. Серия литературы и языка. – Т. 56. – 1997. – С. 11–19.
14. Барт, Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Р. Барт. – М. : Прогресс, 1994. – 616 с.
15. Батурина, Л. А. Семантико-стилистический анализ ономастических единиц в газетно-публицистическом тексте (на материале прессы конца XX – начала XXI века) : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / Л. А. Батурина. – Волгоград, 2004. – 25 с.
16. Бахарев, Н. Е. Структурно-функциональное развитие заголовков : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.01.10 / Н. Е. Бахарев – Алма-Ата, 1971. – 20 с.
17. Бахтин, М. М. Вопросы литературы и эстетики: исследования разных лет / М. М. Бахтин. – М. : Художественная литература, 1975. – 452 с.
18. Бахтин, М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа / М. М. Бахтин // Эстетика словесного искусства. – М. : Художественная литература, 1979. – 501 с.
19. Безруков, А. Н. Поэтика интертекстуальности в творчестве В. Ерофеева: поэма «Москва – Петушки» : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.01.01 / А. Н. Безруков. – Бирск, 2005. – 25 с.
20. Бисималиева, М. К. О понятиях «текст» и «дискурс» / М. К. Бисималиева // Филологические науки. – 1999. – № 2. – С. 78–85.
21. Бирюкова, Н. С. Восприятие студентами прецедентных феноменов, используемых в современной массовой коммуникации : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Н. С. Бирюкова. – Екатеринбург, 2005. – 196 с.
22. Блакар, Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального воздействия / Р. М. Блакар. – М. : Прогресс, 1987. – С. 88–125.
23. Бобунова, М. А. Не вырубишь топором: о заголовках в «Комсомольской правде»

/ М. А. Бобунова // Русская речь. – 1992. – №5. – С. 58.

24. Богданов, В. В. Текст и текстовое сообщение / В. В. Богданов. – СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 1993. – 67 с.

25. Богин, Г. И. Явное и неявное смыслообразование при культурной рецепции текста / Г. И. Богин // Русское слово в языке, тексте и культурной среде. – Екатеринбург : Арго, 1997. – С. 146–164.

26. Богодухова, Е. Д. Материалы средств массовой информации как объект экспертного психолого-криминалистического исследования / Е. Д. Богодухова. – Режим доступа: <http://www.expertizy.narod.ru>

27. Богомолов, А. Н. К вопросу о создании модели обучения пониманию текстов массовой коммуникации (На материале учебника русского языка для иностранцев «Взаимопонимание») / А. Н. Богомолов // Вестник МГУ. – Сер 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2000. – №2. – С. 17–26.

28. Богуславская, В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов / В. В. Богуславская. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – Изд. 2-е, стер. – 280 с.

29. Болдырев, Н. Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по англ. филологии / Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во Тамб. ун-та, 2001. – Изд. 2-е, стер. – 123 с.

30. Бондарко, А. В. Теория значения в системе функциональной грамматики: На материале русского языка / А. В. Бондарко. – М. : Языки славянской культуры, 2002. – 736 с.

31. Борботько, В. Г. Принципы формирования дискурса: От психолингвистики к лингвосинергетике / В. Г. Борботько. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – Изд.3-е, испр. – 288 с.

32. Борисова, Е. Г. Перлокутивная лингвистика и ее преподавание студентам-филологам / Е. Г. Борисова // Вестник МГУ. – Сер. 9. Филология. – 2001. – № 1. – С. 115–133.

33. Борухов, Б. Л. Речь как инструмент интерпретации действительности (теоретические аспекты) : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.01 / Б. Л. Борухов. – Саратов, 1989. – 17 с.

34. Боярских, О. С. Прецедентные феномены со сферой-источником «Литература» в



- дискурсе российских печатных СМИ (2004–2007) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / О. С. Боярских. – Екатеринбург, 2008. – 231 с.
35. Бриченкова, Е. С. Прецедентные высказывания в русскоязычном публицистическом дискурсе и их место в преподавании русского языка как иностранного : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. пед. наук : 13.00.02 / Е. С. Бриченкова. – Москва, 2007. – 23 с.
36. Вакуров, В. Н. Стилистика газетных жанров / В. Н. Вакуров, Н. Н. Кохтев, Г. Я. Солганик. М. : Изд-во МГУ, 1978. – 276 с.
37. Валгина, Н. С. Теория текста: учеб. пособие. – М. : Логос, 2003. – 203 с.
38. Вепрева, И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху / И.Т. Вепрева. – М. : ОЛМА ПРЕСС, 2005. – 384 с.
39. Веселовский, А. Н. Историческая поэтика / А. Н. Веселовский. – М. : Высшая школа, 1989. – С. 42–58.
40. Википедия. Свободная энциклопедия. – Режим доступа: <http://www.ru.wikipedia.org>
41. Виноградова, В. Б. Стилистика русского языка: жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста: монография / В. Б. Виноградова, В. Б. Винокур, Т. Г. Еремина / отв. ред. А. Н. Кожина. – М. : Наука, 1987. – С.72–136.
42. Винокур, Г. О. Глагол или имя? / Г. О. Винокур // Русская речь. – Новая серия III. – Л., 1928. – С.87–88.
43. Винокур, Т. Г. Говорящий – слушающий: варианты речевого поведения / Т. Г. Винокур. – М. КомКнига/URSS, 2005. – 176 с.
44. Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика / Р. Водак. – Волгоград: Перемена, 1997. – 139 с.
45. Волков, А. А. Филология и риторика массовой информации / А. А. Волков // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие. – М. : Изд-во МГУ, 2003. – С. 50–65.
46. Володина, М. Н. Язык массовой коммуникации – основное средство информационного воздействия на общественное сознание / М. Н. Володина // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: тезисы докл. междунар. науч. конф., Москва, 25–27 октября 2001 года. / Филологический факуль-

тет МГУ им. Ломоносова. – М., 2001. – С. 9–31.

47. Володина, М. Н. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования : учеб. пособие. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 416 с.

48. Володина, М. Н. Язык средств массовой информации : учеб. пособие. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2008. – 760 с.

49. Волошинов, В. Н. Марксизм и философия языка: Основные проблемы социологического метода в науке о языке / В. Н. Волошинов. – М. : Лабиринт, 1993. – 190 с.

50. Ворожцова, О. А. Лингвистическое исследование прецедентных феноменов в дискурсе российских и американских президентских выборов 2004 года. : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / О.А. Ворожцова – Екатеринбург, 2007. – 215с.

51. Воскресенская, Е. Г. Интертекстуальные включения в произведениях И. Во : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Е. Г. Воскресенская. – Баранаул, 2004. – 18 с.

52. Всемирная энциклопедия: Философия. – М. : АСТ, Мн.: Харвест, Современный литератор, 2001. – С. 808–812.

53. Выготский, Л. С. Психология искусства / Л. С. Выготский. – М. : Искусство, 1986. – 474 с.

54. Гак, В. Г. К типологии лингвистических номинаций / В. К. Гак // Языковая номинация. – М., 1977. – С. 259.

55. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : УРСС, 2007. – 144 с.

56. Гаспаров, М. Л. Литературный интертекст и языковой интертекст / М. Л. Гаспаров // Известия РАН. Сер. литературы и языка. – 2002. – № 4. – С. 3–9.

57. Гаспаров, Б. М. Язык, память, образ: Лингвистика языкового существования / Б. М. Гаспаров. – М. : Новое литературное обозрение, 1996. – 352 с.

58. Гинзбург, Л. Я. Записи 20-30-х годов. Из неопубликованного / Л. Я. Гинзбург // Новый Мир – 1992. – №6. – С. 144–186.

59. Гоциридзе, Д. З. Общие и частные закономерности структурного и функционального развития русских и грузинских заглавий : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Д. З. Гоциридзе. – Тбилиси, 1982. – 24 с.

60. Гоциридзе, Д. З. Принципы типологической интерпретации фразовых текстов /

- Д. З. Гоциридзе. – Тбилиси : Изд-во Тбил. ун-та, 1988. автореф. дис. ... канд. филол. наук : 225 с.
61. Грайс, Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике: Лингвистическая прагматика. — М., 1985. — Вып. XVI. — С. 217–237.
62. Гридина, Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество / Т. А. Гридина. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 1996. – 214 с.
63. Гришаева, Л. И. Прецедентные феномены как культурные скрепы (к типологии прецедентных феноменов) / Л. И. Гришаева // Феномен прецедентности и преемственность культур / под общ. ред. Л. И. Гришаевой, М. К. Поповой, В. Т. Титова. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2004. – С. 15–46.
64. Гудков, Д. Б. Функционирование прецедентных феноменов в публицистическом дискурсе российских СМИ / Д. Б. Гудков // Политический дискурс в России – 4: материалы рабочего совещания 22 апреля 2000 г. – М., 2000. – С. 46.
65. Гудков, Д. Б. Прецедентные феномены в текстах политического дискурса / Д. Б. Гудков // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учебное пособие. – М. : МГУ, 2003(а). – С. 141–161.
66. Гудков, Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д. Б. Гудков – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003(б). – 288 с.
67. Гудков Д. Б. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний / Д. Б. Гудков, В. В. Красных, И. В. Захаренко, Д. В. Багаева // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. – 1997. – № 4. – С. 106–117.
68. Гунько, Ю. А. Особенности функционирования прецедентных высказываний в разговорной речи носителей русского языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Ю. А. Гунько – СПб., 2002. – 24 с.
69. Дейк ванн, Т. А. Стратегии понимания связного текста / Т. А. Дейк ванн, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике: Когнитивные аспекты языка. – М., 1988. – Вып. XXIII. – С. 153–208.
70. Демьянков, В. З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода / В. З. Демьянков // Вопросы языкознания. – 1994. – № 4. – С. 17–32.
71. Денисова, Г. В. В мире интертекста: язык, память, перевод / Г. В. Денисова – М. : Азбуковник, 2003. – 297 с.

72. Деррида, Ж. Структура, знак и игра в дискурсе гуманитарных наук / Д. Деррида // Французская семиотика: от структурализма к постмодернизму. – М. : Прогресс, 2000. – С. 407–426.
73. Дмитриева, О. А. Механизм восприятия прецедентного текста / О. А. Дмитриева // Языковая личность: аспекты лингвистики и лингводидактики: Сб. науч. тр. – Волгоград, 1999. – С. 42–46.
74. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь / Т. Г. Добросклонская. – М., 2008. – 264 с.
75. Дридзе, Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: Проблемы семиосоциопсихологии / Т. М. Дридзе. – М. : Наука, 1984. – 272 с.
76. Дымарский, М. Я. Прецедентность и художественность / М. Я. Дымарский // Феномен прецедентности и преемственность культур / под общ. ред. Л. И. Гришатовой, М. К. Поповой, В. Т. Титова. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2004. – С. 51–62.
77. Еникеев, М. И. Энциклопедия. Общая и социальная психология / М. И. Еникеев. – М. : «Изд-во ПРИОР», 2002. – 560 с.
78. Желтухина, М. Р. Масс-медиаальная коммуникация: языковое сознание – воздействие – суггестивность / М. Р. Желтухина // Язык. Сознание. Коммуникация: Сб. статей / отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М. : МАКС Пресс, 2003. – Вып. 24. – С. 13–28.
79. Желтухина, М. Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / М. Р. Желтухина. – М., 2004. – 691 с.
80. Засорина, М. Е. Прагма-интертекстуальные характеристики заголовочного дискурса СМИ (на примере журналов «Коммерсант Власть» и «The Economist») диссертация ... канд. филол. наук : 10.02.20 / М. Е. Засорина – Тобольск, 2009. – 173с.
81. Захаренко, И. В. Прецедентные высказывание и их функционирование в тексте / И. В. Захаренко // Лингвистические проблемы межкультурной коммуникации: Сб. статей / Ред. В. В. Красных, Л. И. Изотов. – М. : «Филология», 1997. – С. 92–99.
82. Захаренко, И. В. Прецедентные имена и прецедентные высказывания как символы прецедентных феноменов / И. В. Захаренко, В. В. Красных, Д. Б. Гудков, Д. В. Багаева // Коммуникация: Сб. ст. / Ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. М., 1997. –

Вып. 1. – С. 82–103.

83. Звегинцев, В. А. Очерки по общему языкознанию / В. А. Звегинцев. – Режим доступа:

[http://www.classes.ru/grammar/110.Zvegincev\\_Ocherki\\_po\\_obshemu\\_yazykoznaniiyu/html/iv.html#\\_ftn246](http://www.classes.ru/grammar/110.Zvegincev_Ocherki_po_obshemu_yazykoznaniiyu/html/iv.html#_ftn246).

84. Зверькова, С. В. Интертекстуальные связи и их специфика в произведениях А. Картер : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.04 / С. В. Зверькова. – Барнаул, 2004. – 22 с.

85. Земская, Е. А. Цитация и способы ее трансформации в заголовках современных газет / Е. А. Земская // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. Памяти Т. Г. Винокур. – М., 1996. – С. 157–168.

86. Ильин, И. П. Интертекстуальность / И. П. Ильин // Современное литературоведение (страны Западной Европы и США): концепции, школы, термины. Энциклопедический справочник / Науч. ред. и составитель И. П. Ильин, Е. А. Цурганова. – М. : Интрада – ИНИОН., 1999. – С. 207–209.

87. Ильин, И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм / И. П. Ильин. – Режим

доступа: [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/Ilin\\_Post/index.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Ilin_Post/index.php)

88. Ильясова, С. В. Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ / С. В. Ильясова // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6. Языкознание. – М., 2003. – С. 110–116.

89. Илюшкина, М. Ю. Прецедентные феномены в российской и британской печатной рекламе услуг для туристов : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / М. Ю. Илюшкина – Екатеринбург, 2008. – 272 с.

90. Интертекстуальность // Энциклопедия «Кругосвет». – Режим доступа: <http://www.krugosvet.ru/articles/77/1007707/1007707a1.htm>.

91. Исаева, А. В. Функционирование прецедентных текстовых реминисценций в устной речи носителей русского языка : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.01 / А. В. Исаева. – Москва, 2001. – 23 с.

92. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русского языка / О. С. Иссерс. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 284 с.

93. Казаева, С. А. Особенности реализации категории интертекстуальности в современных английских научных и газетных текстах : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.04 / С. А. Казаева. – СПб., 2003. – 19 с.
94. Кайда, Л. Г. Эффективность публицистического текста / Л. Г. Кайда. – М. : Изд-во МГУ, 1989. – 183 с.
95. Какорина, Е. В. Сфера массовой коммуникации: отражение социальной ориентированности языка в текстах СМИ / Е. В. Какорина // Современный русский язык. Социальная и функциональная дифференциация / Под ред. Л. П. Крысина. М. : Языки славянской культуры, 2003. – С. 245.
96. Каминская, Т. Л. Символический капитал советской эпохи как ресурс самопрезентации в медиополе региона / Т. Л. Каминская. – Режим доступа: <http://www.elar.usu.ru/bitstream/1234.56789/1818/1/Part2+2008-21.pdf>
97. Каравичева, Т. В. Эволюция языка СМИ в публикациях экономической и социально-правовой тематики : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.01 / Т. В. Каравичева. – Тамбов, 2005. – 22 с.
98. Кара-Мурза, Е. С. «Дивный новый мир» российской рекламы: социокультурные, стилистические и культурно-речевые аспекты / Е. С. Кара-Мурза. – Режим доступа: [http://www.gramota.ru/mag\\_arch.html?id=23](http://www.gramota.ru/mag_arch.html?id=23).
99. Карасик, В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград, 2000. – С. 5–20.
100. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 390 с.
101. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Издательство ЛКИ, 2007. – 264 с.
102. Караулов, Ю. Н. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса / Ю. Н. Караулов, В. В. Петров // Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
103. Караулов, Ю. Н. Язык СМИ как модель общенационального языка / Ю. Н. Караулов // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: тезисы докл. междунар. науч. конференции. Москва, 25 – 27 октября 2001 года. / Филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова – М., 2001.

– С. 16–18.

104. Качаев, Д. А. Социокультурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках (на материале российской прессы 2000 – 2006 гг.) : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.01 / Д. А. Качаев. – Ростов-на-Дону, 2007. – 22 с.

105. Кларк, Г. Г. Слушающие и речевой акт / Г. Г. Кларк, Т. Б. Карлсон // Новое в зарубежной лингвистике: Теория речевых актов. – М., 1986. – Вып. XVII. – С. 270–321.

106. Клушина, Н. И. Языковые механизмы формирования оценки в СМИ / Н. И. Клушина. – Режим доступа: // <http://www.expertizy.narod.ru>

107. Клушина, Н. И. Язык публицистики: константы и переменные / Н. И. Клушина // Русская речь. – 2004. – № 3. – С. 51–54.

108. Кобозева, И. М. Лингвопрагматический аспект анализа языка СМИ / И. М. Кобозева. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text12/08.htm>

109. Ковалев, Г. Ф. Прецедентное имя собственное в тексте рекламы / Г. Ф. Ковалев // Феномен прецедентности и преемственность культур / под общ. ред.: Л. И. Гришаевой, М. К. Поповой, В. Т. Титова. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2004. – С. 275–291.

110. Кожина, Н. А. Заглавие художественного произведения: структура, функции, типология (на материале русской прозы XIX – XX вв.) : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.01 / Н. А. Кожина – М., 1986. – 19 с.

111. Коньков, В. И. Речевая структура газетного текста / В. И. Коньков. – Спб. : С.-Петербург. гос. ун-т, 1995. – 160 с.

112. Кормилицына, М. А. Экспрессивные синтаксические конструкции в современной прессе / М. А. Кормилицына // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М. А. Кормилицыной. – Саратов, 2003. – Вып. 3. – С. 55–61.

113. Коробова, Л. А. О семантике газетного заголовка / Л. А. Коробова // Иностранная филология. – Алма-Ата, 1975. – Вып. 6. – С. 77–84.

114. Королева, Н. В. Средства и способы реализации интертекстуальности в научном дискурсе: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Н. В. Королева. – Саранск, 2004. – 209 с.

115. Косиков, Г. К. «Структура» или «Текст» (Стратегия современной семиотики) /

- Г. К. Косиков // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. – М. : Прогресс, 2000. – С. 3–48
116. Костомаров, В. Г. Русский язык на газетной полосе / В. Г. Костомаров. – М. : Изд-во Московского университета, 1971. – 268 с.
117. Костомаров, В. Г., Бурвикова, Н. Д. Единицы лингвокультурного пространства / В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвикова // Русский язык как иностранный: Теория. Исследования. Практика. – Вып. VI. – СПб., 2003. – С. 13–18.
118. Костомаров, В. Г., Бурвикова, Н. Д. Как тексты становятся прецедентными / В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвикова // Русский язык за рубежом. – 1994. – № 1. – С. 73–76.
119. Костыгина, К. А. Интертекстуальность в прессе (на материале немецкого языка) : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / К. А. Костыгина. – Санкт-Петербург, 2003. – 308 с.
120. Красных, В. В. Точки над *i* или многоточие?.. (к вопросу о современной парадигме) / В. В. Красных // Язык. Сознание. Коммуникация: Сб. статей / отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М. : МАКС Пресс, 2001. – Вып. 16. – С. 5–12.
121. Красных, В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2003. – 375 с.
122. Красных, В. В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации / В. В. Красных, Д. Б. Гудков, И. В. Захаренко, Д. Б. Багаева // Вестник МГУ. – Серия 9. Филология. – 1997. – № 3. – С. 62–75.
123. Красных, В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. Курс лекций. / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2002. – 284 с.
124. Кристева, Ю. Бахтин, слово, диалог и роман / Ю. Кристева // Вестник МГУ. – Серия 9. Филология. – 1995. – № 1. – С. 97–124.
125. Ксензенко, О. А. Когнитивный подход к анализу экспрессивности рекламных текстов // Когнитивные аспекты языковой категоризации: Сб. науч. тр. – Рязань, 2000. – С. 186–189.
126. Кубрякова, Е. С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности / Е. С. Кубрякова, Л. В. Цурикова // Язык средств массовой информа-



ции: Учебное пособие по специализации. – В 2-х ч. – Часть 2. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – С. 126–159.

127. Кудрина, Н. А. Когнитивная лингвистика: особенности формирования пространства прецедентности / Н. А. Кудрина // Концептуально пространство языка: Сб. научн. трудов / под ред. Е. С. Кубряковой. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2005. – С. 53–66.

128. Кузьмина, Н. А. Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка / Н. А. Кузьмина. – Изд. 4-е, стереотипное. – М.: КомКнига, 2007. – 272 с.

129. Кузьмина, Н. А. Когнитивные механизмы цитации / Н. А. Кузьмина // Стереотипность и творчество в тексте: межвузовский сборник научных трудов. – Пермь : Перм. ун-т, 1999. – С. 217–235.

130. Кузьминская, С. И. Фоновые знания в массовой культуре : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.01, 10.02.19 / С. И. Кузьминская. – Орел, 2002. – 177 с.

131. Кушнерук, С. Л. Сопоставительное исследование прецедентных имен в российской и американской рекламе : диссертация ... канд. филол. наук: 10.02.20 / С. Л. Кушнерук – Екатеринбург, 2006. – 213 с.

132. Кэрролл, Л. Алиса в стране чудес / Л. Кэрролл // Знаменитые сказки. – Волгоград : Вздо, 1993. – С. 139–154.

133. Лаенко, Л. В. Пословица есть прецедентное высказывание? / Л. В. Лаенко // Феномен прецедентности и преемственность культур / под общ. ред.: Л. И. Гришаевой, М. К. Поповой, В. Т. Титова. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2004. – С. 127–134.

134. Лазарева, Э. А. Заголовок в газете : учеб. пособие. – 2-е изд., доп. и перераб. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2004. – 84 с.

135. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.

136. Левин, Ю. И. Избранные труды. Поэтика. Семиотика. / Ю. И. Левин. – М.: Язык рус. культуры, 1998. – 822 с.

137. Левин, Ю. И. Семиотика Венички Ерофеева / Ю. И. Левин // Сборник статей к 70-летию Ю. М. Лотмана. – Тарту, 1992 – С. 486–500.

138. Леонтьев, А. А. Интертекст в романе М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита»: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / А. А. Леонтьев. – М., 2001. – 17 с.
139. Леонтьев, А. А. Основы психолингвистики / А. А. Леонтьев. – М. : Смысл, 1997. – 287 с.
140. Леонтьев, А. А. Язык, речь, речевая деятельность / А. А. Леонтьев. – М. : Просвещение, 1969. – 214 с.
141. Лисоченко, О. В. Явление прецедентности в современной русской речи: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / О. В. Лисоченко. – Таганрог, 2002. – 190 с.
142. Лотман, Ю. М. Культура и взрыв / Ю. М. Лотман. – М. : «Гнозис» : Издательская группа «Прогресс», 1992 (а). – 273 с.
143. Лотман, Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры / Ю. М. Лотман. – Таллин : «Александра», 1992. (б) – 247 с.
144. Лукин, В. А. Художественный текст: Основы лингвистической теории и элементы анализа / В. А. Лукин. – М. : Ось-89, 1999. – 192 с.
145. Лысакова, И. П. Тип газеты и стиль публикации: Опыт социолингвистического исследования / И. П. Лысакова. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1989. – 109 с.
146. Лысакова, И. П. Язык газеты и типология прессы. Социолингвистическое исследование / И. П. Лысакова. – СПб. : Филологический факультет СПбГУ, 2005. – 256 с.
147. Лысикова, Ю. А. Лексикографирование цитат: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.01, 10.02.19 / Ю. А. Лысикова. – Орлов, 2005. – 24 с.
148. Майданова, Л. М. Образ власти в современных медиатекстах / Л. М. Майданова // Известия Уральского государственного университета. – 2006. – № 40. – С. 147–157.
149. Майданова, Л. М. Структура и композиция газетного текста / Л. М. Майданова. – Красноярск : Изд-во Краснояр. ун-та, 1987. – 178 с.
150. Майданова, Л. М. Аргумент «к человеку» в публицистической аргументации / Л. М. Майданова, Э. А. Лазарева, В. Н. Маров, В. Г. Соловьев, Э. В. Чепкина. – Режим доступа: [http://www.lib.csu.ru/vch/2/1997\\_01/011.pdf](http://www.lib.csu.ru/vch/2/1997_01/011.pdf)
151. Макаров, М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
152. Маслова, В. А. Введение в когнитивную лингвистику : учеб. пособие. – М. : Флинта : Наука, 2007. – 296 с.

153. Мельник, Г. С., Тепляшина, А. Н. Основы творческой деятельности журналиста / Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб. : Питер, 2004. – 272 с.
154. Можейко, М. А. Интертекстуальность / М. А. Можейко // Постмодернизм. Энциклопедия. – М. : Интерпрессервис; Книжный Дом, 2001. – С. 333–335.
155. Малычева, Н. В. Художественный и журналистский текст в аспекте функционально-семантических категорий / Н. В. Малычева, В. В. Богуславская // Конгресс русистов-исследователей: материалы конференции, Москва, 2001. – С. 284–285. – Режим доступа: [http://www.philol.msu.ru/~rlc2001/ru/index\\_r.html](http://www.philol.msu.ru/~rlc2001/ru/index_r.html).
156. Мансурова, В. Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации / В. Д. Мансурова. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2002. – 237 с.
157. Мансурова, В. Д. Роль коммуникативной конвенции в формировании парадигмы журналистского творчества / В. Д. Мансурова // Человек – коммуникация – текст / Под редакцией А. А. Чувакина. – Вып. 2. Ч. 2. – Барнаул, 1998. – С. 27–29.
158. Менджерицкая, Е. О. Термин «дискурс» в современной зарубежной лингвистике / Е. О. Менджерицкая // Лингвистические проблемы межкультурной коммуникации: сб. статей / под ред. В. В. Красных, Л. И. Изотова. – М. : Филология, 1997. – С. 130–133.
159. Милосердова, Е. В. Языковая личность в свете прецедентных высказываний / Е. В. Милосердова // Феномен прецедентности и преемственность культур / под общ. ред.: Л. И. Гришаевой, М. К. Поповой, В. Т. Титова. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2004. – С. 140–148.
160. Михайлова, Е. В. Интертекстуальность в научном дискурсе : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.19 / Е. В. Михайлова. – Волгоград, 1999. – 18 с.
161. Муравьева, Н. В. Язык конфликта / Н. В. Муравьева. – М. : Изд-во МЭИ, 2002. – 264 с.
162. Мурзин, Л. Н. Язык, текст и культура / Л. Н. Мурзин // Человек – текст – культура. – Екатеринбург, 1994. – С. 160–169.
163. Налимов, В. В. Размышления на философские темы / В. В. Налимов // Вопросы философии. – 1997. – № 10. – С. 58–76.

164. Наумова, Е. О. Особенности функционирования прецедентных текстов в современном публицистическом дискурсе : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Е. О. Наумова – М., 2004. – 198 с.
165. Нахимова, Е. А. О критериях выделения прецедентных феноменов в политических текстах / Е. А. Нахимова // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. – Т. 13. – Екатеринбург, 2004. – С. 166–174.
166. Нахимова, Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации : монография. – ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т» ; Ин-т социального образования. – Екатеринбург, 2007. – 207 с.
167. Нахимова, Е. А. Прецедентные имена как ментальное поле в политической коммуникации / Е. А. Нахимова // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. – Т. 14. – Екатеринбург, 2004 (а). – С. 47–61.
168. Нахимова, Е. А. Прецедентные феномены с ментальным полем-источником «Театр» в современном политическом дискурсе / Е. А. Нахимова // Известия УрГПУ. Лингвистика. – Вып. 15. – Екатеринбург : УрГПУ, 2005б. – С. 102–114.
169. Немирова, Н. В. Прецедентность и интертекстуальность политического дискурса / Н. В. Немирова // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. – Т. 11. – Екатеринбург, 2003. – С. 146–155.
170. Нефедова, Л. А. Прецедентные тексты современных немецких афоризмов (на материале книги заметок и афоризмов Элмара Шенкеля) / Л. А. Нефедова // Филологические науки. – 2005. – № 4. – С. 84–93.
171. Новикова, О. Ю. Функционирование прецедентных феноменов в политическом дискурсе (на материале англоязычных СМИ) / О. Ю. Новикова // Актуальные проблемы лингвистики : Уральские лингвистические чтения – 2006 : материалы ежегодной научной конференции, Екатеринбург, 1–2 февраля 2006 г. / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2006. – С. 106–107.
172. Новохачева, Н. Ю. Стилистический прием аллюзии в газетно-публицистическом дискурсе конца XX – начала XXI веков : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.01 / Н. Ю. Новохачева – Ставрополь, 2005. – 31 с.
173. Олизько, Н. С. Интертекстуальность как системообразующая категория постмодернистского дискурса: на материале произведений Дж. Барта : дис. ... канд. филол.

наук : 10.02.19 / Н. С. Олизько – Челябинск, 2002. – 194 с.

174. Павликова, С. К. Русские и английские прецедентные высказывания (сравнительный анализ) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / С. К. Павликова – М., 2005 – 160 с.

175. Павловская, А. В. Национальный характер в условиях глобализации: перспективы изучения / А. В. Павловская // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2004. – № 1. – С. 108–118.

176. Петрова, Н. В. Интертекстуальность как общий механизм текстообразования (на материале англо-американских коротких рассказов) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Н. В. Петрова. – Волгоград, 2005. – 34 с.

177. Петрова, Н. В. Текст и дискурс / Е. В. Петрова // Вопросы языкознания. – 2003. – № 6. – С. 123–131.

178. Пикулева, Ю. Б. Прецедентный культурный знак в современной телевизионной рекламе: лингвокультурологический анализ : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.01 / Ю. Б. Пикулева – Екатеринбург, 2003. – 23 с.

179. Пирогова, Ю. К. Стратегии коммуникативного воздействия и их отражение в рекламном тексте / Ю. К. Пирогова // Текст. Интертекст. Культура: сб. докладов международной науч. конф. (Москва, 4–7 апреля 2001). – М., 2001. – С. 543–553.

180. Подворко, Н. В. Заголовок в газете как когнитивно-концептуальная составляющая информационного пространства / Н. В. Подворко. – Режим доступа: [//www.pglu.ru](http://www.pglu.ru)

181. Подчасов, А. С. Функционально-стилистические особенности газетных заголовков (на материале российских и британских газет половины 1980–1990 годов. Синтаксический аспект) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / А. С. Подчасов – М., 2001. – 21 с.

182. Попов, А. С. Синтаксическая структура газетных заглавий и их развитие / А. С. Попов // Развитие синтаксиса современного русского языка – М., 1966. – С. 95 – 126.

183. Попова, Е. А. Культурно-языковые характеристики политического дискурса (на материале газетных интервью) : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.19 / Е. А. Попова – Волгоград, 1995. – 36 с.

184. Попова, М. К. Предисловие от редакторского коллектива / М. К. Попова, В. Т. Титов // Феномен прецедентности и преемственность культур / под общ. ред. : Л. И. Гришаевой, М. К. Поповой, В. Т. Титова. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2004. – С. 9–14.
185. Постнова, Т. Е. «Страсти по мехам» и «Кошмар на улице Вазов» / Т. Е. Постнова // Русская речь. – 2001. – № 6. – С. 69–72.
186. Проскурина, А. А. Прецедентные тексты в англоязычном дискурсе : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.04 / А. А. Проскурина. – Самара, 2004. – 18 с.
187. Прохоров, Ю. Е. Действительность. Текст. Дискурс: учеб. пособие – М. : Флинта : Наука, 2004. – 224 с.
188. Прохоров, Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Ю. Е. Прохоров – М. : УРСС, 2003. – 224 с.
189. Прохорова, Л. П. Интертекстуальность в жанре литературных сказок : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.04 / Прохорова Л. П. – Кемерово, 2002. – 19 с.
190. Прохорова, Л. П. Интертекстуальность в рекламном дискурсе / Л. П. Прохорова // Язык и культура: материалы III Международной научной конференции, Москва, 23 – 35 сент. 2005. – М., 2005. – С. 154.
191. Пьеге-Гро, Н. Введение в теорию интертекстуальности / Н. Пьеге-Гро – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 240 с.
192. Ревякина, Т. Л. Интертекстуальность поэтического слова в семантическом пространстве «Московских стихов» О. Э. Мандельштама : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.01 / Т. Л. Ревякина. – Воронеж, 2004. – 21 с.
193. Рождественский Ю. В. Общая филология / Ю. В. Рождественский – М. : Фонд Новое Тысячелетие, 1996. – 326с.
194. Ронгинский, В. М. Синтаксические модели заголовков и их использование в различных стилях речи : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.19 / В. М. Ронгинский – Киев, 1965. – 19 с.

195. Ростова, Е. Г. Использование прецедентных текстов в преподавании РКИ: цели и перспективы / Е. Г. Ростова // Русский язык за рубежом. – 1993. – № 1. – С. 7–15.
196. Руднев, В. П. Словарь культуры XX века. Ключевые понятия и тексты / В. П. Руднев – М. : АГРАФ, 1997. – Режим доступа: <http://www.philosophy.ru/edu/ref/rudnev/index.htm>
197. Рузин, И. Г. Философские аспекты лингвистического исследования / И. Г. Рузин // ВМУ. Сер. 7. Философия. – М., 1993. – №3. – С. 46–55.
198. Русский язык конца XX столетия. – М. : Языки русской культуры, 2000. – 480 с.
199. Рэндалл, Д. Универсальный журналист / Д. Рэндалл – Амстердам: Independent Training & Consultancy; М.: Independent Journalism Centre, 1996. – Режим доступа: <http://www.library.cjes.ru/online>.
200. Санг Хюунг. Языковые единицы с национально-культурной семантикой в произведении Вен. Ерофеева «Москва – Петушки» : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.01.01 / Санг Хюунг. – М., 1998. – 19 с.
201. Сандалова, Т. А. Интертекстуальные включения как средство языковой игры в тексте советского газетного фельетона : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : 10.02.01 / Т. А. Сандалова. – СПб., 1998. – 20 с.
202. Сатретдинова, А. Х. Интертекстуальность поэзии В. Брюсова : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.01 / А. Х. Сатретдинова. – Астрахань, 2004. – 24 с.
203. Седов, К. Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции / К. Ф. Седов. – М. : Лабиринт, 2004. – 320 с.
204. Семенец, О. П. Прецедентный текст в языке газеты (Динамика дискурса 50–90-х годов) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / О. П. Семенец. – СПб., 2004. – 356 с.
205. Сергеева, Г. Г. Аспекты функционирования прецедентных имен в молодежной среде / Г. Г. Сергеева // Филологические науки. – 2003. – № 2. – С. 102–110.
206. Сидоров, Е. В. Онтология дискурса / Е. В. Сидоров. – М. : Книжный дом «ЛИБ-РОКОМ», 2009 – 232 с.
207. Силантьев, И. В. Газета и роман: Риторика дискурсных смещений / И. В. Силантьев – М. : Языкм славянской культуры, 2006. – 224 с.
208. Скворцов О. Г. Дискурс Интернета: монография / О. Г. Скворцов, Э. А. Лазарева, Е. В. Горина. – Екатеринбург : Институт международных связей, 2009. – 177 с.

209. Сковородников, А. П. Рефлексы постмодернистской стилистики в языке российских газет / А. П. Сковородников // Русская речь. – 2004. – № 6. – С. 68–76.
210. Славкин, В. В. Заголовок в современном газетном тексте / В. В. Славкин // Журналистика и культура русской речи. – 2002. – №1. – С. 40–49.
211. Слышкин, Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г. Г. Слышкин. – М. : Academia, 2000. – 128 с. – Режим доступа: <http://axiology.vspu.ru/ggs/ggsbook00.htm>
212. Сметанина, С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) / С. И. Сметанина. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 383 с.
213. Смирнов, И. П. Порождение интертекста (элементы интертекстуального анализа с примерами из творчества Б. Пастернака) / И. П. Смирнов – СПб. : СПбГУ, 1995. – 191 с.
214. Смулаковская, Р. Л. Своеобразие использования прецедентных феноменов в газетном дискурсе / Р. Л. Смулаковская // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. – Т. 12. – Екатеринбург, 2004. – С. 111–120.
215. Смыкунова, Н. В. Прецедентные феномены в речевом общении русской языковой личности в процессе обучения русскому языку как иностранному : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / Н. В. Смыкунова. – М., 2003. – 161 с.
216. Советы американских коллег: Если для понимания заголовка нужно прочесть статью, это не заголовок // Журналист – 1999 – № 7–8. – С. 66–67.
217. Солганик, Г. Я. Лексика газеты: функциональный аспект / Г. Я. Солганик. – М. : Высшая школа, 1981. – 112 с.
218. Солганик, Г. Я. О языке и стиле газеты / Г. Я. Солганик // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учеб. пособие. – М. : Изд-во МГУ, 2003. – С. 261–268.
219. Солганик, Г. Я. Стилистика текста / Г. Я. Солганик. – М. : Флинта : Наука, 1997. – 257 с.
220. Солодуб, Ю. П. Интертекстуальность как лингвистическая проблема / Ю. П. Солодуб // Филологические науки. – 2002. – № 2. – С. 51–57.



221. Сорокин, Ю. А. Статус факта (события) и оценки в текстах массовой коммуникации / Ю. А. Сорокин // Юрислингвистика–2: русский язык в его естественном и юридическом бытии. – Барнаул, АГУ, 2000. – С. 93.
222. Степанов, Г. В. Стихия языка в стихии споров / Г. В. Степанов // Литературная газета. – 1984. – № 26. С. 2.
223. Степанов, Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности / Ю. С. Степанов // Язык и наука конца XX века. – М. : РГГУ, 1995. – С 34–72.
224. Степанов, Ю. С. «Интертекст», «интернет», «интерсубъект» (к основаниям сравнительной концептологии) / Ю. С. Степанов // Известия АН. Сер. литературы и языка. – Т. 60. – 2001. – № 1. – С. 3–11.
225. Стернин, И. А. Социальные факторы и публицистический дискурс / И. А. Стернин // Массовая культура на рубеже XX – XXI веков : Человек и его дискурс. Сборник научных трудов. – М. : «Азбуковник», 2003. – С. 91–108.
226. Стилистика газетных жанров // Под ред. Д. М. Розенталя. – М. : Изд-во МГУ, 1981. – 229 с.
227. Стырина, Е. В. Имитационный интекст как инструмент интертекстуальности : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Е. В. Стырина. – М., 2005. – 186 с.
228. Супрун, А. Е. Текстовые реминисценции как языковое явление / А. Е. Супрун // Вопросы языкознания. – 1995. – № 6. – С. 17–29.
229. Сухорукова, О. Н. Конститутивные признаки массово-информационного дискурса / О. Н. Сухорукова // Вопросы гуманитарных наук. – 2004. – № 2. – С. 106–111.
230. Тарасов, Е. Ф. Речевое воздействие: методология и теория / Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М. : Наука, 1990. – С. 5–18.
231. Теляя, В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Теляя. – М. : УРСС, 1996. – 288 с.
232. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: учеб. пособие. – М. : Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
233. Терских, М. В. Реклама как интертекстуальный феномен : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / М. В. Терских – Омск, 2003. – 26 с.
234. Тодоров, Ц. Понятие литературы / Ц. Тодоров // Семиотика. М., 1983. С. 355–369.

235. Тертычный, А. А. Заголовок – слово главное / А. А. Тертычный // Журналист. – 2004. – № 1 – С. 80–82.
236. Ускова, Т. А. Вербализация интертекстуальности в текстах массовой коммуникации : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Т. А. Ускова. – М., 2003. – 26 с.
237. Фатеева, Н. А. Интертекст в мире текстов: Контрапункт интертекстуальности / Н. А. Фатеева. – М. : КомКнига, 2007. – 280 с.
238. Фатеева, Н. А. Типология интертекстуальных элементов и связей в художественной речи / Н. А. Фатеева // Известия АН. Сер. литературы и языка. – Т. 57. – 1998. – № 5. – С. 25–38.
239. Феномен прецедентности и преемственность культур / под общ. ред.: Л. И. Гришаевой, М. К. Поповой, В. Т. Титова. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2004. – 312 с.
240. Фигуровский, И. А. Основные направления в исследованиях синтаксиса связного текста / И. А. Фигуровский // Лингвистика текста: материалы научной конференции. – Ч. II. – М. : МГПИИЯ им. М. Горького, 1974. – С. 108–155.
241. Фоминых, М. О. Использование прецедентных текстов в русском постмодернизме (на материале произведений В. Пелевина) / М. О. Фоминых // Язык и национальное сознание. – Вып. 3. – Воронеж, 2002. – С. 170–176.
242. Фуко, М. Археология знания / М. Фуко. – К. : Ника-Центр, 1996. – 208 с.
243. Хазагеров, Г. Г. Функции стилистических фигур в газетных заголовках (на материале «Комсомольской правды») : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Г. Г. Хазагеров – Ростов на/Д., 1984. – 159 с.
244. Хмелевская, И. Ю. Прецедентные имена в дискурсе спортивного комментария / И. Ю. Хмелевская // Современное образовательное пространство: проблемы и перспективы: материалы международной научной конференции, Екатеринбург, 27–29 марта 2007 г. / ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург : ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т»; Уральское издательство, 2007. – С. 245–247.
245. Человеческий фактор в языке / отв. ред. Е. С. Кубрякова. – М. : Наука, 1988. – 240 с.

246. Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис / Н. Д. Арутюнова, Т. В. Булыгина, А. А. Кибрик, К. Г. Красухин, С. А. Крылов, Е. В. Падучева, Т. В. Радзиевская, А. Д. Шмелев. – М. : Наука, 1992. – 282 с.
247. Черногрудова, Е. П. Заголовки с прецедентными текстами в современной публицистике (на материале центральной, региональной и местной прессы) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Е. П. Черногрудова. – Воронеж, 2003. – 243 с.
248. Чернышова, Т. В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России / Т. В. Чернышова. – М. : ЛКИ, 2007. – 296 с.
249. Чернявская, В. Е. Дискурс как объект лингвистических исследований / В. Е. Чернявская // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса / Отв. ред. В. Е. Чернявская. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – С. 11–22.
250. Чернявская, В. Е. Интертекстуальное взаимодействие базисного и производного текстов в научно-критическом тексте : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / В. Е. Чернявская. – СПб., 1995. – 23 с.
251. Чернявская, В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность: учеб. пособие. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 249 с.
252. Чистова, С. С. Сопоставительное исследование прецедентных феноменов в российской и американской рекламе бытовой техники и транспортных средств : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / С. С. Чистова. – Екатеринбург, 2009. – 236 с.
253. Чокою, А. М. Роль эмоционально-экспрессивных средств в современном политическом газетном тексте (на материале метафоры и прецедентных языковых единиц) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / А. М. Чокою – М., 2007. – 23 с.
254. Чудинов, А. П. Интертекстуальность политического текста / А. П. Чудинов // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. Вып. 10. – Екатеринбург : УрГПУ, 2003а. – С. 27–34.
255. Чудинов, А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос пед. ун-т. – 2003б. – 248 с.
256. Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000): монография. — Екатеринбург : ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2001. – 238 с.

257. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2004. – 326 с.
258. Шестак, Л. А. Прецедентный текст в структуре русской языковой личности: когнитивная природа и структурные модели / Л. А. Шестак // Искусство, образование, наука в преддверии III тысячелетия: Тезисы докладов Международного научного конгресса, Волгоград, 6-8 апреля 1998г. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 1999. – С. 448–452.
259. Шестак, Л. А. Славянские картины мира: рефлексии исторических судеб и художественная интерпретация концептосфер / Л. А. Шестак // Языковая личность: культурные концепты. – Волгоград; Архангельск, 1996. – С. 113–121.
260. Шилина, Т. В. Реконструкция предтекста при инициальной ретардации художественного дискурса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Т. В. Шилина. – С.-П., 2003. – 163 с.
261. Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях: (к постановке проблемы) / Д.Н. Шмелев ; АН СССР, Ин-т рус. яз. – М. : Наука, 1977. – 168 с.
262. Шмелев, А. Д. Анекдот в современной русской речи: интертекстуальные связи / А. Д. Шмелев, Е. Я. Шмелева // Вопросы культуры речи. – Вып. 9 / отв. ред. А. Д. Шмелев. – М. : Наука, 2007. – 382 с.
263. Шмелева, Е. Я. Материалы к «Словарю цитат и клише»: русский анекдот / Е. Я. Шмелева // Русский язык сегодня. – Вып. 3 / отв. ред. Л. П. Крысин. – М. : Наука, 2004. – С. 253–262.
264. Шостак, М. И. Репортер: профессионализм и этика / М. И. Шостак. – М. : РИП-холдинг, 2001. – 165 с.
265. Шостак, М. И. Сочиняем заголовки / М. И. Шостак // Журналист – 1998. – № 3. – С. 61–64.
266. Щерба, Л. В. Языковая система и речевая деятельность / Л. В. Щерба. – Л. : Наука, 1974. – 428 с.
267. Ямпольский, М. Б. Память Тиресия. Интертекстуальность и кинематограф / М. Б. Ямпольский. – М. : РИК «Культура», 1993. – 464 с.

268. Agger, Gunhild. Intertextuality Revisited: Dialogues and Negotiations in Media Studies / Gunhild Agger // *Canadian Aesthetics Journal*. – Vol. 4. – Summer 1999. – Режим доступа: [http://www.uqtr.quebec.ca/AE/vol\\_4/gunhild.htm](http://www.uqtr.quebec.ca/AE/vol_4/gunhild.htm).
269. Benveniste, E. *Problèmes de linguistique générale* / E. Benveniste. – Paris : Gallimard, 1966. – 356 p.
270. Benveniste, E. L'appareil formel de l'énonciation / E. Benveniste // *Langages*, 1970. – # 17. – P. 12–18.
271. Bloome, D. Toward (re)defining miscue analysis: Reading as a social and cultural process / D. Bloome, D. King, A. Rochelle // *Language Arts*. – Vol. 74. – Issue 8. – Urbana, Dec. 1997. – P. 610–617.
272. Callahan, M. Intertextual Composition: The Power of the Digital Pen / M. Callahan // *English Education*. – Vol. 35. – Issue 1. – Urbana, Oct. 2002. – P. 46–65.
273. Chandler, D. Intertextuality / D. Chandler // *Semiotics for beginners* – Режим доступа: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem09.html>.
274. Crystal, D. *English as a Global Language* / D. Crystal. – L. : Routledge, 1996. – 228 p.
275. Fauconnier, G. Conceptual integration networks / G. Fauconnier, M. Turner // *Cognitive Science*. – Vol. 22, № 2. – 1998. – P. 133–187.
276. Gardiner, J. «What is an Author?» Contemporary Publishing Discourse and the Author Figure / J. Gardiner // *Publishing Research Quarterly*. – Vol. 16. – Issue 3. – New Brunswick, Spring 2000. – P. 63–76.
277. Goldman, R. Advertising in the Age of Hypersignification / R. Goldman, S. Papson // *Theory, Culture & Society*. – Vol. 11. – Issue 3. – August 1994. – P. 23–53.
278. Goodman, W. Neville. From Shakespeare to Star Trek and beyond: a Medline search for literary and other allusions in biomedical titles / W. Neville Goodman. – Режим доступа: [http://www.biomedexperts.com/Profile.bme/480630/Neville\\_W\\_Goodman](http://www.biomedexperts.com/Profile.bme/480630/Neville_W_Goodman).
279. Grimm, J. Über den Ursprung der Sprache. Kleinere Schriften. Erster Band / J. Grimm. –  

–
Режим
доступа:

[http://www.archive.org/stream/kleinereschrifte03khuoft/kleinereschrifte03khuoft\\_djvu.txt](http://www.archive.org/stream/kleinereschrifte03khuoft/kleinereschrifte03khuoft_djvu.txt)
280. Harris, Z. S. Analyse du discours / Z. S. Harris // *Langages*, 1969. #13. P. 8–45.
281. Helgorsky, F. Norme et Histoire / F. Helgorsky // *Le français moderne*, 1982. – # 1. – P. 15–41.

282. Kristéva, J. *Le langage, cet inconnu* / J. Kristéva. – Paris: Ed. Du Seuil, 1981. – 334 p.
283. Lakoff, G. *Metaphors We Live by* / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : University of Chicago Press, 1980. – 242 p.
284. Landwehr, M. *Introduction: Literature and the visual arts; questions of influence and intertextuality* / M. Landwehr // *College Literature*. – Vol. 29. – Issue 3. – West Chester, Summer 2002. – Режим доступа: [http://www.accessmylibrary.com/coms2/summary\\_0286-26078858\\_ITM](http://www.accessmylibrary.com/coms2/summary_0286-26078858_ITM)
285. Le Clercq, T. *Sophisticated language: Allusions and word play* / T. Le Clercq // *Texas Bar Journal* – 1990, June. – P. 620–622.
286. Lennon, P. *Allusions in Press: An Applied Linguistic Study* / P. Lennon. – N.Y. : Walter de Gruyter, 2004. – 297 p.
287. Minsky, M. L. *Frame-system Theory* / M. L. Minsky // *Thinking*. – Cambridge, 1977. – 317 p.
288. O’Donohoe, S. *Raiding the Postmodern Pantry. Advertising intertextuality and the Young Adult Audience* / S. O’Donohoe // *European Journal of Marketing*. – Vol. 31. – 3/4. – 1997. – P. 234–253.
289. Ott, B. *Intertextuality: Interpretive Practice and Textual Strategy* / B. Ott, C. Walter // *Critical Studies in Media Communication*. – Vol. 17. – Issue 4. – Annandale, Dec. 2000. – P. 429–446.
290. Paxton, M. *Intertextual Analysis: A Research Tool for Uncovering the Writer’s Emerging Meanings* / M. Paxton. – Режим доступа: [http://www.ched.uct.ac.za/seminars/pdf/intertextuality\\_paper.pdf](http://www.ched.uct.ac.za/seminars/pdf/intertextuality_paper.pdf).
291. Pfister, M. *Konzepte der Intertextualität* / M. Pfister // *Intertextualität. Formen, Funktionen, anglistische Fallstudien*. – Tübingen : Niemeyer, 1985. – S. 1–30.
292. Proctor, S. *What are Television Advertisements Really Trying to Tell Us? A Postmodern Perspective* / S. Proctor, I. Papasolomou-Doukakis, T. Proctor // *Journal of Consumer Behaviour*. – Vol. 1. – Issue 3. – London, Feb. 2002. – P. 246–255.
293. Reah, D. *The Language of Newspapers* / D. Reah. – London : Routledge, 1998. – 136 p.
294. Westergren-Axelsson M. *Contraction in British Newspapers in the late 20<sup>th</sup> century* / M. Westergren-Axelsson. – Uppsala, 1998. – 270 p.

295. Wierzbicka A. Definition emotion concepts / A. Wierzbicka // Cognitive science. – Vol. 16. – № 4. – Norwood, 1992. – P. 539–581.
296. Xekalakis, E. Newspapers Through the Times: Foreign Reports From the 18<sup>th</sup> to the 20<sup>th</sup> Centuries / E. Xekalakis. – Zurich, 1999. – 333 p.

### **Источники языкового материала**

1. «Аргументы и факты» (АиФ).
2. «Известия».
3. «Итоги».
4. «Коммерсантъ Власть» (КВ).
5. «Новое время» (НВ).
6. «Российские вести» (РВ).
7. «Российская газета» (РГ).
8. «The BBC News»
9. «The Daily Telegraph».
10. «The Economist».
11. «The Forbes».
12. «The Guardian».
13. «The Independent».
14. «The Sunday Times».
15. «The Time».
16. «The Times».