

УДК 811.133.1

И. Л. Ильичева¹, Е. Н. Стрижевич²

¹канд. филол. наук, доц., доц. каф. английской филологии
Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина
²ст. преподаватель каф. английской филологии
Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина
e-mail: englangп@brsu.brest.by

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ КАК ЭЛЕМЕНТЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Изучаются проблемы отражения национальной идентичности в текстах средств массовой информации на примере прецедентных феноменов. На примере Брестского региона проводится лингво-прагматическое и лингвокультурологическое описание важнейших аспектов взаимодействия языка и культуры, языка и мышления, исследование национальной языковой картины мира и особенностей ментального сознания народа, выявление особенностей хранения культурной информации в названиях объектов, культурно маркированных, значимых для культуры и истории современного этноса.

Введение

В последние два десятилетия в Беларуси наблюдается рост интереса к истории областей, больших и малых городов, при этом активно идет переосмысление прошлого, поиск собственной «региональной идентичности» [5]. Важную роль при изучении региональной идентичности играют СМИ региона, динамический подход к изучению которых позволяет реализовать опора на лингвокультурологический принцип в описании материала. Лингвокультурологическими доминантами становятся формирующиеся в региональном медиадискурсе и связанные с осознанием и выражением региональной идентичности темы, в которых воплощаются своеобразие, колорит региона, города, актуализированные системой вербальных и невербальных средств и приемов. Изучение функционирования лингвокультурологических единиц в СМИ актуально сегодня в контексте особой роли СМИ в развитии языковой системы в целом и речевой практики носителей языка в частности.

Регионализация как процесс, по словам В. А. Масловой, приводит к формированию региональной идентичности, т. е. к появлению в массовом сознании соотношения себя с региональным локусом. С позиции регионалистики любые процессы деятельности и существования человека и создаваемая им культура во взаимодействии с окружающей средой рассматриваются в рамках компактного географического пространства «региона». Региональное самосознание и региональная идентичность могут рассматриваться в качестве важных факторов выделения регионов как единых территориальных, социально-экономических, социокультурных систем. Таким образом, различия в разных сферах жизни регионов определяют особенности формирования региональной идентичности.

Значимость территориальной идентификации в региональном аспекте определяется и тем, что в силу значительно расширившихся возможностей среда жизнедеятельности социально-территориальных общностей становится не просто неким данным условием их коллективной жизни, а предметом социального проектирования, использования всего совокупного потенциала территории для повышения уровня и качества жизни.

В формировании региональной идентичности огромную роль играют СМИ, поскольку они работают на создание так называемого «воображаемого сообщества». Региональные идентичности, подобно национальным, основаны на идее «воображаемых сообществ». Посредством печатного слова люди, не знакомые друг с другом, могут иметь «однородное время» и узнаваемое пространство, приобщаясь к воображаемому

сообществу и его особенностям. В этой связи тексты СМИ рассматриваются многими учеными как важнейшие компоненты картины мира [6]. Они, как указывает В. А. Маслова, пронизаны множеством культурных кодов и хранят информацию об истории, этнографии, национальном поведении, т. е. обо всем, что составляет содержание культуры, в то время как язык рассматривается как механизм, способствующий кодированию и трансляции культуры [6, с. 60]. Используемые в тексте языковые средства, по В. В. Красных, отображают «код культуры – “сетку”, которую культура “набрасывает” на окружающий мир, членит, категоризует, структурирует и оценивает его» [4, с. 297].

Цель статьи – установить особенности функционирования лингвокультурологических доминант в современном гипертекстовом пространстве региональных СМИ. Представляется значимым решение ряда задач:

- 1) рассмотреть теоретические основы изучения лингвокультурологических единиц в гипертекстовом пространстве СМИ;
- 2) классифицировать прецедентные феномены по генетическому принципу путем создания типологии областей источников;
- 3) выявить способы вербальной и невербальной репрезентации, семантические и функциональные особенности прецедентных феноменов в дискурсе СМИ;
- 4) охарактеризовать на примере анализа конкретных публикаций изучаемые прецедентные феномены в качестве единиц, способных выступать в роли организующего звена сетевого медиагибрида.

В ходе исследования проведен контент-анализ 150 полимодальных медиатекстов из речевого корпуса ряда интернет-СМИ Брестского региона, в частности статей из онлайн-версии городских газет «Вечерний Брест», «Заря», «Заря над Бугом», «Брестский курьер», «Брестский вестник», городских интернет-порталов «Виртуальный Брест» и «Реальный Брест» за 2018–2020 гг. общим объемом более 160 страниц. В процессе анализа были выявлены медиатексты с ключевыми словами, эксплицирующими ведущую гипертему и лингвокультурологические доминанты региональных новостных изданий.

Современное медиaprостранство как по форме создания, так и по форме воспроизведения является мультимодальным, интерсемиотическим, лингвовизуальным комплексом, интегрирующим в едином смысловом пространстве разнородные компоненты (вербальные, визуальные, аудитивные, аудиовизуальные и др.) [2]. Даже традиционные медиapубликации трудно обозначить только как вид письменной речи, поскольку важным элементом медиатекста выступает визуальная составляющая, его графическое, шрифтовое, цветовое оформление.

Медиатекст представляет собой интегративный многоуровневый знак, объединяющий в единое коммуникативное целое разные семиотические коды (вербальные, невербальные, медийные) и демонстрирующий принципиальную открытость текста на содержательно-смысловом, композиционно-структурном и знаковом уровнях.

Региональный массмедиаальный дискурс является частью общего пространства СМИ в стране, имеющей при этом множество специфических признаков, которые отражают особенности региона. Эти особенности системно проявляются в повестке дня СМИ, способах представления информации и интерпретации общественно значимых событий, приоритетных темах и жанрах, организации диалога с аудиторией, композиционно-стилистическом устройстве медиатекстов. Региональный дискурс СМИ представляет информацию о социальной реальности с учетом этапа конкретно-исторического развития региона в условиях смены мировоззренческих парадигм и постулатов. Региональным СМИ присущ тот же спектр общественно значимых функций, что и СМИ в общем.

Анализ исследуемого корпуса показывает, что внедрение новых информационных технологий в деятельность СМИ способствует развитию определенного рода творчества. Информация, передаваемая мультимедийными способами, приобретает новые разнокодируемые смыслы. Взаимосвязь изображения и словесного текста в мультимедийной истории медиатекста переходит в иное качество, различие кодов позволяет распределять сведения и смысловые компоненты между вербальным и виртуальным форматами.

Определив в качестве материала полимодальные медиатексты из региональных цифровых СМИ, отметим, что специфика медиатекстов напрямую зависит от масс-медиального канала распространения. Одним из современных каналов распространения выступает Интернет, представляющий собой новое гигантское информационное пространство, в котором переплетаются аудиальные, визуальные и даже кинестические способы подачи нового массмедиального контента. Принципиально важным и совершенно новым видом деятельности для СМИ в Интернете является интерактивное взаимодействие с аудиторией, при котором традиционные способы продвижения СМИ уходят на второй план.

Региональный сетевой новостной медиатекст синтезирует разные подходы к представлению информации: лаконичность и развернутость, констатацию факта и комментарий. В совокупности со спецификой реализации текста в интернет-пространстве это определяет содержательную структуру медиагибрида, которая характеризуется тем, что:

1) гипертема медиатекста, представляющая его основное содержание, вербализуется и визуализируется поэтапно с разной степенью детализации в первом, втором заголовочных комплексах и вводном предложении, обеспечивая адресата достаточным объемом информации для формирования предварительной картины события;

2) подтемы, детализирующие общую картину дополнительными данными, занимают оставшийся объем текста и вводят как факты, так и оценки в разных семиотических координатах.

Анализ практического материала свидетельствует о том, что значимая роль в вербализации компонентов региональной идентичности отводится онимам. На наш взгляд, изучение ономастического пространства региона позволяет выявить значимые вербализованные знаки, символы, образы, отражающие этноментальные особенности той или иной территории.

Мы определили маркеры процесса самоидентификации в языке региональных печатных СМИ.

1. Использование местоименных дейктиков. Чаще всего роль дейктиков выполняют притяжательные и личные местоимения. Используя эту разновидность местоименных слов, авторы медиатекстов мыслят и чувствуют себя частью территориальной (локальной, региональной, государственной) и духовной общности: *Основателем нашей многочисленной семьи, нашего семейного клана является Иероним Синкевич, мой прадед по материнской линии, живший в старой части города Бреста в начале XIX века... Как считала моя мать, наши предки были униатами. Утверждала она также, что один из наших предков по отцовской линии был богатым шляхтичем, но разорившимся и перешедшим в разряд малосостоятельных горожан* (Брестский курьер, 21.11.2019).

2. Обращение к региональному ономастикону: *Познавать историю – это круто. Фонд развития Брестской крепости предлагает по-новому взглянуть на «скучные» вещи... Но главным итогом 2019 года для Фонда стали подготовленные к печати 300 страниц 2-го тома «Атласа крепости Брест-Литовск»* (Вечерний Брест, 11.01.2020). *Пастыри Константин и Митрофан Зноско. Их духовное наследие возвращается потомкам Тысячелетнего Бреста* (Брестский курьер, 30.11.2019).

3. Использование обращений, указывающих на территориальную принадлежность: *верные чада Брестской епархии Белорусской Православной Церкви!*, *С Рождеством, брестчане!*, *Земляки!*, *Брестчане и гости культурной столицы!* и т. д.

Региональная лексика, представленная в дигитальном медиaprостранстве Брестской области, отражает многочисленные названия учреждений, организаций и предприятий, расположенных на территории области. По структуре названия учреждений обычно строятся по существующим общепринятым образцам – это словосочетания, в состав которых входят отдельные компоненты с региональным содержанием (например, указывающие на географическую и/или этническую принадлежность): *Берестейский пекарь*, *Брествтормет*, *Брестхлебопродукт*, *Брестсельмаш*, *Брестреставрация*, *Брестское мороженое*, *Брестское пиво*, *Санта-Импэкс-Брест*, *Ковры Бреста*, *ТермоБрест*.

В ходе проведенного анализа установлено, что визуализация смыслов в ряде случаев связана либо с необходимостью их прояснить, либо, наоборот, завуалировать. Смыслы, излагаемые экстралингвистическими способами, в отличие от их вербального воплощения, считаются просто дополнением. В большинстве случаев визуальный контент представляет собой сообщение какой-либо подробности через картинку в дополнение к излагаемой вербально информации. В этом случае часто используется пресс-фотография, которая, по сути, является самостоятельным сегментом публикации, компонентом, необходимым для связности и полноты заложенных смыслов.

Характерной особенностью региональных медиатекстов является высокая степень прецедентной плотности. В региональных газетах используются прецедентные феномены, актуализирующие важную фоновую информацию и апеллирующие к «культурной памяти» адресата. Употребление потенциально автономных смысловых блоков речевых произведений в региональных медиатекстах разнообразно. Прецедентный текст позволяет в сжатом виде передать информацию о тексте-источнике либо об экономическом или социально значимом событии:

1) *В течение декабря в Бресте появятся два новых **Щелкунчика**, – рассказала Диана Костикина. – Фигурки сделаны для нового кафе «Параграф», которое ожидает открытия на углу улиц набережная Франциска Скорины и Советской, в помещении бывшей художественной галереи «БелАрт». Это будет совершенно новый образ **Щелкунчиков**;*

2) *Жемчужина из **непла возрождается** силами брестских реставраторов на родине Т. Костюшко (Брестский курьер, 03.01.2020);*

3) ***Музыка нас связала**. Детская школа искусств № 1 готовится отметить круглую дату (Вечерний Брест, 10.01.2020).*

Напомним, что в научный обиход понятие прецедентности ввел Ю. Н. Караулов. Прецедентными он определил тексты, «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т. е. хорошо известные широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [3, С. 105]

Модифицируя в незначительной степени определение прецедентных феноменов, Ю. Н. Караулова, В. В. Красных к числу прецедентных феноменов относит:

1) хорошо известные всем представителям национально-лингвокультурного сообщества («имеющие сверхличностный характер»);

2) актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане;

3) феномены (апелляция), к которым постоянно возобновляется в речи представителей того или иного национально-лингвокультурного сообщества [3, с. 172].

Ю. Е. Прохоров, рассуждая о прецедентности, уточняет понятие данного феномена. Во-первых, прецедентные тексты, по его мнению, есть принадлежность языковой культуры данного этноса, использование которых связано с реализацией в достаточно стереотипизированной форме в стандартных для данной культуры ситуациях речевого общения. Именно в этом случае, являясь принадлежностью прагматикона некоторой этнокультурной языковой личности, прецедентный текст может быть использован в общении, т. к. подразумевает аналогичное его наличие у другой личности. Во-вторых, отсылка к прецедентным текстам имеет как прагматическую направленность, выявляя свойства языковой личности, ее цели, мотивы и установки, ситуативные интенциональности, так и лингвокогнитивную, реализация которой включает личность в речевое общение именно данной культуры на данном языке [9, с. 153]. За каждым прецедентным текстом стоит своя уникальная система ассоциаций, вызываемых им в сознании носителей языка. Включенность в ассоциативные связи с другими языковыми концептами обуславливает, по мнению Г. Г. Слышкина, регулярную актуализацию прецедентных текстов в различных видах дискурса. Такие ассоциативные связи он называет аспектами прецедентности [9, с. 40].

В результате изучения специфики функционирования прецедентных феноменов был получен материал, анализ которого позволил заключить, что в современных медиатекстах в качестве источников прецедентности широко используются названия литературных произведений, кинофильмов, мультипликационных фильмов, устойчивые выражения, пословицы и поговорки, прозаические и поэтические цитаты. В качестве иллюстративной наглядности приведем ряд примеров из исследуемого корпуса:

1) *Футбол от Сарычева. WE ARE THE CHAMPIONS* (название известной песни *We are the champions*);

2) *На пресс-конференцию Личка привел весь тренерский штаб – соавторов победы. А потом ворвались футболисты и окатили всех из громадных бутылей шампанского с чемпионской надписью. И я там был, пить не пил, но бутылку уволок. Пустую. На память* (А. Пушкин. Сказка о мертвой царевне и семи богатырях);

3) *Журавль хорошо, но не ценой синицы. Доиграв до перерыва, команды стали действовать с оглядкой. Борьбы меньше не стало, но защитники уже не подключались с прежней лихостью, предпочтя действовать на своей позиции. Брестчане, умеющие прибавить на последних минутах, форсировать события не спешили* (пословица *Лучше синица в руках, чем журавль в небе*).

Результаты анализа свидетельствуют, что чаще всего прецедентные феномены выступают не в каноническом виде, а в трансформированном: 1) замещение; 2) усечение; 3) добавление (расширение лексического состава).

При замещении трансформация обычно состоит в замене одной или двух лексических единиц на опорное слово, актуализирующее имплицитные смыслы. В качестве иллюстрации приведем ряд примеров: *Старый зеленый друг лучше новых двух* (ср.: пословица *Старый друг лучше новых двух* (Брестский курьер, 21.06.2019)); *Двор, цветочница, слагбаум...* (ср.: А. Блок. *Ночь, улица, фонарь, аптека...* (Брестский курьер, 21.06.2019)); *Плакали березы и те равнодушные брестчане, кто видел, как их рубили* (ср.: *Плакали ваши денежки – слоган из кинофильма «Отпетые мошенницы»* (Брестский курьер, 27.06.2019)); *Большая 20-ка* (ср.: *Большая восьмерка* (Вечерний Брест, 29.12.2019)); *Аптечный спрут* (ср.: «Спрут» – телевизионный фильм о борьбе итальянских правоохранительных и судебных органов с сицилийской мафией и коррупцией); *Там, где лес шумит... Барановичскому лесхозу – 80 лет* (ср.: песня «Там, где клен шумит...»); *Окнаград – высокое качество окон ПВХ в Беларуси* (ср.: «Петроград»), (Вечерний Брест, 21.12.2019); *Вот и сказочке конец: спустя 42 года сага о семье Скайуокеров завершается с выходом девятого эпизода* (ср.: *Вот и сказочке конец, а кто*

слушал – молодец), (Заря, 25.12.2019); **Мышиное королевство** и новогоднее настроение: ярмарки на Гоголя и Ленина принимают покупателей (ср.: «Щелкунчик и мышиный король» – повесть-сказка Э. Т. Гофмана) (Вечерний Брест, 29.12.2019).

Из приведенных примеров видно, что на игре слов построены главным образом заголовки медиатекстов. Словесная игра, являясь сверхэкономичным способом коммуникации, несет в себе ассоциативную и коннотативную нагруженность, помогает раскрыть замысел статьи, направлена на привлечение внимания адресата.

Усечение повышает выразительность заголовка медиатекста, наполняет его новыми смысловыми оттенками: *Над Пиной сгустятся «Зори». В пятницу полесский город Пинск торжественно вступит в статус культурной столицы республики.* (ср.: *На всем дрожит твой профиль черный. / И светит недовольный взор. / На небе жизни с этих пор. / Сгустится ль мрак, взойдут ли зори.* – строки из стихотворения С. Андреевского «Мрак»).

В нетрансформированном виде названия фильмов, художественных произведений цитаты употребляются значительно реже: **Три кита** медицины найдут «зону комфорта» в детской областной больнице (ср.: *три кита* – фразеологизм) (Вечерний Брест, 29.12.2019).

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что прецедентные тексты используются как в составе заголовков, так и в составе самой газетной статьи, что акцентирует внимание читателя, активизирует его восприятие текста. Как правило, при этом актуализируется не сам текст, а представление о нем в виде минимизированного варианта текста, с его заранее заданной интерпретацией и оценкой. Попадая в поле человеческого восприятия, прецедентный текст обладает способностью обновлять и прумножать свой изначальный смысл. Мысль, фиксируемая в прецедентном тексте, расширяет и обогащает созданное культурой смысловое пространство, что создает новые смысловые эффекты.

Заключение

Региональный медиадискурс представляет особую разновидность медиадискурса, семантико-стилистическая специфика которого обусловлена комплексом экстралингвистических факторов: исторических, географических, этнических, экономических, административно-территориальных. Весь корпус медиаречи является важнейшим компонентом современной культуры, а медиатексты насыщены национально- и культурно-специфическими элементами, включая прецедентные феномены и ситуации. Любой медиатекст, с одной стороны, как продукт, произведенный на определенной территории, маркирует его (в этом можно убедиться, сравнивая региональные издания разных субъектов), а с другой – формирует новые прецедентные ситуации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гудков, Д. Б. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний / Д. Б. Гудков // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 9, Филология. – 1997. – № 4. – С. 106–118.
2. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь : учеб. пособие / Т. Г. Добросклонская. – М., 2008. – 264 с.
3. Караулов, Ю. Н. Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности / Ю. Н. Караулов // Современное состояние и основы проблемы изучения и преподавания русского языка и литературы : материалы VI Междунар. конгр. МАПРЯЛ, Москва, 1982 / Моск. гос. ун-т. – М., 1982. – С. 105–125.

4. Красных, В. В. Этнопсихолінгвістика і лінгвокультурологія : курс лекцій / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2002. – 284 с.
5. Маслова, В. А. Введение в лінгвокультурологію / В. А. Маслова. – М. : Наследие, 1997. – 206 с.
6. Маслова, В. А. Региональная лінгвістика: проблемы и перспективы / В. А. Маслова // Филол. науки. – 2015. – № 6. – С. 3–8.
7. Маслова, В. А. Лінгвокультурологія : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – М. : Академия, 2001. – 208 с.
8. Прохоров, Ю. Е. Действительность. Текст. Дискурс : учеб. пособие / Ю. Е. Прохоров. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 224 с.
9. Слышкин, Г. Г. От текста к символу: лінгвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г. Г. Слышкин. – М. : Academia, 2000. – 128 с.

Рукапіс паступіў у рэдакцыю 09.03.2020

Ilyichova I. L., Strizhevich E. N. Precedent Phenomenon as Elements of Regional Identity

The article is devoted to the problems of reflection of national identity in the media texts on the example of precedent phenomena. The authors carry out a linguo pragmatic and linguoculturological description of the most important aspects of the interaction of language and culture, language and thinking, study the national linguistic picture of the world and the peculiarities of the people's mental consciousness, identify the features of storing cultural information in the names of culturally marked objects that are significant for the culture and history of modern ethnos (on example of the Brest region).