

Политическая лингвистика. 2022. № 6 (96).
Political Linguistics. 2022. No 6 (96).

УДК 811.161.1'42:811.161.1'38
ББК ШП41.12-51+ШП41.12-55
doi: 10.26170/1999-2629_2022_06_11

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.33

Код ВАК 10.02.19 (5.9.8)

Анастасия Сергеевна Подолько^{1✉}, Саодат Махмадкуловна Тиллоева^{2✉}

¹ Южно-Уральский государственный университет (Национальный исследовательский университет), Челябинск, Россия, podolkoas@susu.ru[✉]

² Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия, saodat9@mail.ru[✉],
https://https://orcid.org/0000-0002-8511-7894

Квазицитирование в заголовке статьи (на материале современного российского медиадискурса)

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается квазицитирование прецедентных текстов в заголовках статей как один из эффективных способов привлечения читательской аудитории. Материал исследования представлен текстами, посвященными санкциям в отношении России. Актуальность исследования заключается в том, что анализ медиадискурса позволяет выявить изменения, происходящие в языке, так как язык СМИ, информируя читателя о геополитических и экономических процессах, является отражением этих изменений. Цель исследования — выявить наиболее частотные сферы-источники прецедентных текстов, а также оценить, как меняется их смысл под влиянием квазитрансформаций. Наряду с общенаучными методами, в исследовании используются контекстуальный и когнитивно-дискурсивный методы, приемы количественной обработки данных.

Для формирования массива материала методом сплошной выборки были отобраны 205 заголовков, содержащих квазицитирование. Источником материала послужил интернет-ресурс «Коммерсантъ». В результате проведенного исследования было выявлено пять сфер-источников интертекстуальных включений: литература; фразеологизмы; пословицы и поговорки; названия (организаций, государств); массовая культура. Однако самой многочисленной оказалась группа выражений и словосочетаний, относящихся к повседневной, бытовой жизни. Эта группа подверглась дальнейшему анализу и была классифицирована с разбиением на четыре подгруппы: терминологические словосочетания и клише, принадлежащие различным сферам деятельности человека; разговорные выражения и клише; просторечные, грубые, жаргонные выражения. В отдельную группу были выделены графические трансформации прецедентных текстов. Самыми многочисленными группами оказались терминологические словосочетания и клише, принадлежащие различным сферам деятельности человека; разговорные выражения и клише. В результате исследования были сделаны выводы о том, что квазицитирование прецедентных текстов является одним из эффективных способов привлечения внимания читателя, так как позволяет установить связь между автором и читателем на основе общего культурного кода, содержащегося в прецедентном тексте. Трансформируя исходный текст, автор вовлекает читателя в языковую игру, побуждая его прочитать статью целиком.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: журналистика, медиалингвистика, СМИ, средства массовой информации, медиадискурс, медиатексты, язык СМИ, языковые средства, российские СМИ, русский язык, интертекстуальность, прецедентные тексты, квазицитирование, паронимическая субституция, санкции, языковая игра, заголовки статей.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: Подолько Анастасия Сергеевна, аспирант кафедры «Лингвистика и перевод», Институт лингвистики и международных коммуникаций, Южно-Уральский государственный университет (Национальный исследовательский университет); 454080, Россия, Челябинск, пр-т Ленина, 76; e-mail: podolkoas@susu.ru.

Тиллоева Саодат Махмадкуловна, доктор филологических наук, профессор кафедры профессионально-ориентированного и языкового образования, Уральский государственный педагогический университет; 620091, Россия, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: saodat9@mail.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Подолько, А. С. Квазицитирование в заголовке статьи (на материале современного российского медиадискурса) / А. С. Подолько, С. М. Тиллоева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 6 (96). — С. 101-109. — DOI: 10.26170/1999-2629_2022_06_11.

Anastasiya S. Podol'ko^{1✉}, Saodat M. Tilloeva^{2✉}

¹ South Urals State University (National Research University), Chelyabinsk, Russia, podolkoas@susu.ru[✉]

² Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia, saodat9@mail.ru[✉], https://https://orcid.org/0000-0002-8511-7894

Quasi-citation in Newspaper Headlines (Based on Modern Russian Media Discourse)

ABSTRACT. The article looks at quasi-citation of precedent texts in the article headlines as one of the effective ways to attract the readers' attention. The research material consists of media texts on sanctions against Russia. The urgency of the study lies in the fact that analysis of media discourse allows identifying changes taking place in the language; so the language of the media, informing the reader about geopolitical and economic processes, is a reflection of these changes. The

purpose of the study is to identify the most frequent source domains of precedent texts, as well as to assess how their meaning changes under the influence of quasi-transformations. Along with general scientific methods, the study uses contextual and cognitive-discursive methods, and the methods of quantitative data processing.

The practical material for analysis was collected using the method of continuous sampling. 205 headlines containing quasi-citations were selected. The Internet resource "Kommersant" was the source of the practical research material. As a result of the study, five source domains of intertextual inclusions were identified: literature; phraseological units; proverbs and sayings; names (organizations, states); mass culture. However, the group of words and word combinations related to everyday life turned out to be the most numerous. This group underwent further analysis and was classified into four sub-groups: terminological phrases and clichés belonging to various fields of human activity; colloquial expressions and clichés; rude and slang expressions. Graphical transformations of precedent texts were singled out as a separate group. Terminological phrases and clichés belonging to various fields of human activity and colloquial expressions and clichés turned out to be the most numerous groups. As a result of the study, it was concluded that quasi-citation of precedent texts is one of the effective ways to attract the reader's attention, as it allows one to establish a connection between the author and the reader based on the common cultural code contained in the precedent text. By transforming the source text, the author engages the reader in a language game, encouraging them to read the whole article.

KEYWORDS: *journalism, media linguistics, mass media, media discourse, media texts, mass media language, language means, Russian media, Russian, intertextuality, precedent texts, quasi-citation, paronymic substitution, sanctions, language game, newspaper headlines.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Podol'ko Anastasiya Sergeevna, Post-Graduate Student of Department of Linguistics and Translation Studies, South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk, Russia.*

Tilloeva Saodat Makhmadkulovna, Doctor of Philology, Professor of Department of Professionally-Oriented and Language Education, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

FOR CITATION: *Podol'ko A. S., Tilloeva S. M. (2022). Quasi-citation in Newspaper Headlines (Based on Modern Russian Media Discourse). In Political Linguistics. No 6 (96), pp. 101-109. (In Russ.). DOI: 10.26170/1999-2629_2022_06_11.*

ВВЕДЕНИЕ

Геополитические, экономические, социальные и технологические факторы развития современного общества ведут к кардинальным изменениям на мировой арене. Мы являемся свидетелями серьезных изменений во всех областях жизни. На смену стабильности приходит дестабилизация экономической и политических сфер, угроза продовольственной, энергетической безопасности для ряда государств. Понятие глобализации трансформируется в стремление к экономической, политической и культурной обособленности. Одним из способов политического, экономического и военного (с февраля 2022 года) давления на Россию стали введенные «коллективным Западом» санкции. За всю историю существования человечества мир не знал такой беспрецедентной санкционной войны в отношении одного государства.

Санкции не являются новым инструментом воздействия, когда речь заходит об изменении геополитической ситуации в отдельно взятой стране. XX век стал свидетелем санкционной политики в отношении более пятидесяти государств, причем субъектами санкций выступают отдельные государства (санкции Мексики в отношении КНДР), экономические и политические объединения (ЕС), международные организации (Совет Безопасности ООН). Попытка избежать военных действий считается основной целью введения такого рода ограничительных мер. Санкции являются промежуточным звеном между дипломатическим и военным

способом изменения поведения того или иного участника международных отношений.

Согласно данным Российского Совета по международным делам (РСМД), ЕС и США являются лидерами по использованию санкций в отношении других государств. Ограничительные меры могут реализовываться разными способами: запрет на въезд в страны, поддержавшие введение санкций в отношении государства; запрет на торговлю, тотальный или определенными группами товаров; замораживание активов объекта санкций, как отдельных физических лиц, так и Центрального банка страны.

Однако в отношении Российской Федерации санкционная война носит беспрецедентный характер. В октябре 2022 г. ЕС ввел восьмой по счету пакет ограничительных мер в отношении нашей страны в ответ на присоединение ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонской областей.

В средствах массовой информации тема санкций стала ведущей. Нет ни одной сферы деятельности, которой бы не коснулись происходящие в России и мире события. На сегодняшний день средства массовой информации призваны не только информировать читателя о происходящих в мире событиях, но и формировать определенную точку зрения. По сути, СМИ «создают ту или иную картину мира» [Солганик 2004: 32–33]. Анализ языка СМИ представляется актуальным, так как именно в СМИ «наиболее отчетливо и быстро отражаются изменения, происходящие в наше время во всех сферах языка» [Земская 2004: 10]. В этой связи представ-

ляется перспективным анализ заголовков статей, посвященных санкционной политике в отношении России и содержащих трансформированные прецедентные тексты. Основная цель данного исследования — выявить основные сферы-источники прецедентных текстов и оценить, как меняется смысл исходного текста в новом контексте.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Заголовок статьи — это первое, что привлекает внимание читателя. Именно от него зависит, будет ли прочитана статья целиком. Неудачный заголовок ведет к потере читательской аудитории, удачный же, напротив, способствует росту интереса как к изданию вообще, так и к стилю отдельных журналистов в частности. Циркуляция заголовков в обществе гораздо выше, чем циркуляция статей и изданий.

Некоторые ученые описывают суть заголовка метафорически. Н. А. Кожина описывает заглавие как «ключ, открывающий весь последующий текст» [Кожина 1984: 26]. А. С. Бессонов называет заголовок вывеской, от красочности которой зависит ее успех [Бессонов 1958: 3]. И. Р. Гальперин представляет заголовок в виде «закрученной пружины, раскрывающей свои возможности в процессе развертывания» [Гальперин 1981: 133]. А. А. Сафонов считает заголовок статьи коммуникативной единицей, которая не только кратко информирует читателя о содержании статьи, но и позволяет понять, как автор относится к описываемым событиям [Сафонов 1981: 193].

К. Девелот и Э. Рехниевски, проводя корпусное исследование заголовков французских и австралийских СМИ в период кризиса франко-австралийских отношений в 1995 г., называют заголовки дорожными знаками, указывающими маршрут движения по сложному материалу статьи. Расположение заголовков и подзаголовков статей в издании представляет собой систему категоризации действительности, выстроенную в соответствии со строгой иерархией: от самого важного события — к наименее важному.

Единого подхода в описании функций заголовков нет, что, по мнению Л. А. Ноздриной, связано с особенностями функциональных стилей. В деловом стиле, например, заголовок выполняет номинативную функцию [Ноздрина 2008: 182]. Лингвисты выделяют от трех до пяти функций заголовков: обозначающая, указательная, рекламная [Винокур 1959: 132]; коммуникативная, апеллятивная, графически-выделительная, экспрессивная [Вомперский 1966: 82–85]; номинативная,

информационная, рекламная, экспрессивно-апеллятивная, разделительная [Мужев 1970: 6]. Ученые сходятся во мнении, что одни функции в заголовке могут превалировать над другими, при этом некоторые из них могут быть представлены в меньшей степени или совсем отсутствовать. Учитывая задачи современных СМИ (привлечение внимания и убеждение в своей точке зрения), можно констатировать, что в текстах СМИ апеллятивная и персуазивная функции преобладают над информативной и номинативной.

Одним из важных аспектов изучения заголовков является адресат — тот, на кого рассчитана информация в статье. Автор, создавая свое произведение, ориентируется на получателя текста и, следовательно, неизбежно учитывает фоновые знания, которыми, по мнению автора, должен обладать получатель. Таким образом, заголовок становится для исследователя источником культурной информации о целой группе людей — о читателях данного издания. Заголовок несет в себе некий культурный код, который может быть понятен как ограниченной группе лиц, так и социуму в целом.

В последние годы в заголовках статей наблюдается интенсивное использование интертекстуальных включений. Рост интертекстуальности становится приметой развития современного российского дискурса [Чигирина 2007: 3] вообще и современного российского медиадискурса в частности. Все чаще можно встретить заголовки, которые привлекают внимание читателя языковой игрой. В. И. Карасик считает, что в условиях постмодерна в медийном дискурсе резко возросла игровая составляющая поведения участников общения [Карасик 2017: 221]. Использование прецедентных феноменов в заголовках статей становится отличительной чертой отдельных авторов и целых изданий.

Феномен прецедентности широко освещается в научной литературе. При всем многообразии определений можно выделить основные черты прецедентных текстов. Во-первых, это связь прецедентного текста с языковой личностью, принадлежащей к определенному культурному этносу. Прецедентный текст способен выявить особенности языковой личности данного этноса. Во-вторых, сверхличностный характер прецедентного текста, его принадлежность к лингвокогнитивному уровню, т. е. прецедентный текст используется не отдельным человеком, а многими представителями данной языковой культуры. Как следствие, прецедентные тексты должны быть известны представителям культурно-языкового сообщества. В-третьих, воспроизводимость прецедентных текстов,

а именно использование прецедентных символов (вербальных и невербальных) с сопутствующими им ассоциациями в новых контекстах, которые, в свою очередь, порождают новые смыслы. В-четвертых, прецедентный текст всегда обладает ценностной значимостью для культурной группы, это один из способов передачи «культурной памяти» от одного поколения к другому [Караулов 2010; Гудков 1998; Слышкин 2000; Красных 2002; Нахимова 2007; Прохоров 2008].

Н. А. Кузьмина разграничивает понятия интертекстуальности и прецедентности. Интертекстуальность — транслируемый код культуры как системы традиционных для человечества ценностей материального и духовного характера. Прецедентность — явление жизни, которое может стать или не стать фактом культуры [Кузьмина 2011]. Таким образом, категория интертекстуальности носит вневременной характер, тогда как прецедентность всегда связана с определенным периодом жизни общества. При этом любой интертекстуальный феномен проходит фазу прецедентности [Там же]. Иного подхода к разграничению этих понятий придерживается С. В. Ильясова. Она считает, что категория интертекстуальности свойственна текстам художественной литературы, имеющим разных авторов и принадлежащим разным эпохам. Категория же прецедентности рассматривается применительно к текстам СМИ [Ильясова 2018: 227]. В рамках нашего исследования представляется оправданным использовать эти термины не как взаимоисключающие, а как взаимодополняющие, так как, по сути, они представляют собой этапы одного процесса.

Опираясь на понятие прецедентных текстов, Е. А. Земская отмечает, что в современных СМИ цитация и квазичитация являются «типическими способами реализации поэтической функции языка» [Земская 2004: 554]. Под квазичитацией понимается «воспроизведение языковой личностью части или всего текста в своем дискурсе в умышленно измененном виде» [Слышкин 2000: 7]. Существует несколько приемов образования квазитрансформаций:

1. Субституция, которая может быть:

- а) паронимической: замена компонента паронимом, более или менее близким по звучанию;
- б) антонимической: замена исходного компонента противоположным по смыслу словом;
- в) смысловой: вид замены компонента, при котором ключевое слово подменяется тем словом, которое будет отражать основной смысл;

- г) буквенной: замена буквы, чаще всего начальной, что меняет смысл слова;
- д) графическая: замена кириллицы латиницей, появление дополнительных графических знаков.

2. Добавление — вариант образования квазитрансформаций, при котором к прецедентному тексту добавляется компонент или несколько компонентов. В качестве добавляемого элемента может выступать слово, расширяющее микроконтекст ситуации и выступающее в качестве ремарки.

3. Опускание — вариант трансформации оригинального высказывания, при котором опускается один или несколько компонентов [Там же].

Факт умышленного изменения прецедентного текста является ключевым для достижения определенной коммуникативной задачи. Содержание статьи накладывается на цитату, видоизменяя ее тем или иным способом, вызывая определенные ассоциации в сознании получателя текста. Необходимо отметить окказиональный характер квазичитат. Они возникают здесь и сейчас, их невозможно вырвать из контекста написанной статьи и перенести в другой контекст. В этом случае они просто перестанут функционировать в качестве элементов текста, привлекающих внимание читателя и вовлекающих его в языковую игру.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Материалом данного исследования послужили 205 заголовков статей, посвященных санкционной политике в отношении Российской Федерации и спецоперации в Украине, содержащих квазитрансформации прецедентных высказываний и размещенных на интернет-портале «Коммерсантъ». Временные рамки исследования — февраль — апрель 2022 г.

Издание «Коммерсантъ», российская ежедневная общественно-политическая газета с усиленным деловым блоком, специализируется на статьях в сфере политики и экономики. Однако не обходит своим вниманием и спортивно-развлекательные события.

Помимо общенаучных методов наблюдения, анализа и синтеза в исследовании применяются метод сплошной выборки, контекстуальный анализ, когнитивно-дискурсивный метод, приемы количественной обработки данных.

При помощи метода сплошной выборки были отобраны заголовки, содержащие прецедентные тексты в трансформированном виде. Поиск осуществлялся по ключевым словам (*санкции, санкционный, Россия*). Было выявлено более 3000 контекстов, описы-

вающих санкционную политику в отношении России. Из них было выбрано 205 заголовков, содержащих квазицитирование.

При помощи метода количественной обработки данных удалось выявить наиболее востребованные сферы-источники прецедентных текстов, а также самый частотный способ их трансформации.

Контекстуальный анализ позволил установить, как видоизмененный прецедентный текст актуализирует свое значение в новом контексте статьи, какие новые значения появляются у него после трансформации.

Когнитивно-дискурсивный метод позволил проанализировать интуитивные, мыслительные процессы, происходящие во время интерпретации прецедентного текста, подвергнутого трансформации. Этот метод помогает проследить этапы возникновения нового смысла в новом контексте.

РЕЗУЛЬТАТЫ

В процессе обработки материала исследования нами были выделены пять сфер-источников интертекстуальных включений: литература (12 %); фразеологизмы (10 %); пословицы и поговорки (15 %); названия (организаций, государств) (5 %); массовая культура (14 %). Однако самой многочисленной оказалась группа выражений и словосочетаний, относящихся к повседневной бытовой жизни — 90 единиц (44 %). Многие авторы [Солганик 2004; Нецименко 2001; Ремнева 2004; Костомаров 2005] отмечают следующую тенденцию, складывающуюся в языке СМИ. Если раньше язык СМИ был эталоном нормативности, то сейчас в него легко входят разговорные выражения и даже жаргонизмы. Последняя группа была классифицирована на следующие сферы-источники (сферы употребления данных выражений): терминологические словосочетания и клише, принадлежащие различным сферам деятельности человека; разговорные выражения и клише; просторечные, грубые, жаргонные выражения. В отдельную группу были отобраны заголовки, содержащие прецедентные тексты и подвергнувшиеся графическим изменениям. Далее заголовки были проанализированы с точки зрения типа квазицитирования: субституция, добавление, опущение.

Самыми многочисленными оказались группа терминологических словосочетаний и клише, принадлежащих различным сферам деятельности человека (42 %) и группа разговорных выражений и клише (38 %). Проиллюстрируем методику исследования на некоторых примерах.

Терминологические словосочетания и клише, принадлежащие различным сферам деятельности человека

Самолеты на рублежной дорожке

(А. Абдуллина, 09.03.2022)

Прецедентный текст: словосочетание «рулежная дорожка» — часть летного поля аэродрома, специально подготовленная для руления и буксировки воздушных судов [<https://www.ngpedia.ru/id12808p1.html>].

Квазитрансформация: паронимическая субституция с образованием окказионализма — «рулежный» на «рублежный». Обращение к тексту статьи позволяет понять смысл квазитрансформации. В статье речь идет о том, что российские власти собираются удерживать в российских аэропортах самолеты иностранного производства, находящиеся в лизинге, и оплачивать их аренду рублями.

Терминологическое словосочетание «рулежная дорожка» должно вызвать у читателя ассоциацию с началом руления и полета. Трансформация исходного текста вызывает другую ассоциацию, связанную с финансовыми изменениями в российской авиации.

Санкцтехника под замену (Н. Щуренков, Д. Андрианова, 12.04.2022)

Прецедентный текст: словосочетание «сантехника под замену».

Квазитрансформация: паронимическая субституция с образованием окказионализма «санкцтехника». Значение данного окказионализма понятно и без обращения к статье — техника из недружественных стран, попавшая под ответные санкции со стороны России. В статье же речь идет о том, что в связи со сложившейся ситуацией ожидается дефицит импортных товаров для ремонта.

Исходный текст — «сантехника под замену» — связан в сознании читателя с бытовой сферой. Каждый знаком с этой ситуацией. Однако изменение лексемы на «санкцтехнику» вызывает новые ассоциации, связанные с санкционной политикой в отношении России. Читатель уже на этапе обращения к заголовку может спрогнозировать содержание статьи.

С официальным недружественным визитом (С. Строкань, 05.04.2022)

Прецедентный текст: клише из СМИ «с официальным дружественным визитом».

Квазитрансформация: антонимическая субституция. Лексема «дружественный» заменяется на примитивный антоним, образованный с помощью отрицательной приставки — «недружественный». Смысл заголовка понятен без обращения к полному тексту статьи, в которой заинтересованный читатель сможет найти детали новостного сообщения

о визите Госсекретаря США Э. Блинкена в Брюссель для обсуждения ответной реакции на действия России, в которой США и их союзники видят главную угрозу безопасности Европы и современному миропорядку.

Такая трансформация клише, свойственного официально-деловому стилю, позволяет автору иронично описать ситуацию, в которой представители США, позиционируя себя миротворцами, под предлогом защиты от страны-агрессора пытаются навязать свою стратегию отношений с нашей страной.

Кормовое предупреждение (Т. Драгаева, 08.04.2022)

Прецедентный текст: «штормовое предупреждение» — прогноз возникновения, сохранения и усиления опасных природных метеорологических явлений [<https://ru.wikipedia.org/wiki/>].

Квазитрансформация: паронимическая субституция. Лексема «штормовое» заменяется на «кормовое». Читатель сможет понять, о каком предупреждении идет речь, после прочтения статьи. В связи с началом спецоперации и введении новых санкций в отношении российских компаний на внутреннем рынке комбикормов возник ажиотаж. В связи с чем крупный уральский производитель вынужден ограничить продажи.

Исходный текст читатель ассоциирует с чем-то мощным, труднопреодолимым, несущим тяжелые последствия. Эта ассоциация накладывается на новый контекст (корм), но смысл остается неясным до прочтения статьи.

Паронимическая субституция является самым популярным способом трансформации прецедентных текстов. Например, **Немаржеющая сталь** (Е. Зайнуллин. 17.03.2022); **Трубопроводы под отключ** (Т. Дятел. 31.03.2022); **За чертой бюджетности** (Н. Королев. 22.03.2022); **Высокий уровень донбассности** (В. Соловьев. 22.03.2022); **Техобслужу перед Отечеством** (А. Абдулина. 09.03.2022) и др.

Группа, представленная просторечными, грубыми и жаргонными выражениями, составляет 11 %, что значительно меньше, чем в группах, описанных выше. Однако сам факт использования сниженной лексики говорит об изменениях стиля медийного дискурса.

Происки англосанкций (М. Беленькая, Е. Черненко. 06.04.2022)

Прецедентный текст: «происки империализма» — шутовское выражение, означающее неудачу, невезение [http://gramota.ru/slovari/argo/53_10985].

Квазитрансформация: в данном случае мы наблюдаем двухступенчатую трансформацию прецедентного высказывания. Во-пер-

вых, исходное высказывание подвергается лексической субституции — лексема «империализм» заменяется на «англосанкции». Во-вторых, сама лексема «англосанкции» является паронимом лексемы «англосаксы», которая используется в российских СМИ для описания представителей Великобритании и США. В статье речь идет о том, что Великобритания и США выступили с инициативой принять новый пакет санкций в отношении России в связи с событиями в Буче.

Использование шутовского прецедентного текста в такой измененной форме дает возможность автору с иронией отнестись к описываемому событию. Коллективный Запад вводит санкции не в качестве меры противостояния агрессии, а от бессилия, от того, что ранее принятые меры не возымели должного эффекта.

Айти к нам (Е. Ахмедова. 21.04.2022)

Прецедентный текст: «Айда к нам!» — просторечное выражение, соответствующее призыву начать двигаться, тронуться с места [<https://lexicography.online/etymology/>].

Квазитрансформация: паронимическая субституция междометия «айда» на англицизм «айти». Автор преднамеренно транслитерирует аббревиатуру IT, чтобы создать эффект похожести двух слов. В статье речь идет о том, что в связи с началом спецоперации на Украине и введением новых санкций в отношении России российский рынок технологий теряет зарубежных клиентов и вынужден искать новых поставщиков оборудования.

Использование просторечного выражения в качестве прецедентного текста и последующая его трансформация позволяет снизить остроту затрагиваемой проблемы. Автор как будто успокаивает читателя, пытается убедить его, что и в этой сложной ситуации российские предприятия найдут выход.

В этой группе паронимическая субституция также оказалась самым востребованным способом квазитрансформаций. Например: **Формульное безобразие** (А. Петров. 14.04.2022); **Работы непечатный край** (В. Лебедева. 13.04.2022); **Дивидимо-невидимо** (О. Шерункова. 12.04.2022) и др.

В отдельную группу нами были выделены квазитрансформации прецедентных текстов, связанные с **графическими изменениями**. Это оказалась самая малочисленная группа (9 %), что объясняется сложностью создания таких заголовков.

У пиццы на папечении (Д. Андрианова. 12.04.2022)

Прецедентный текст: «находиться на попечении, остаться без попечения» — словосочетание из юридической терминологии.

Квазитрансформация: преднамеренное искажение орфографии. Такой заголовок обязательно привлечет внимание читателя благодаря неправильному написанию слова «попечение». Содержание статьи прояснит такую «безграмотность» автора. Речь идет о франшизе «Папа Джонс» (сеть пиццерий). Владельцы франшизы в России опасаются, что введение санкций приведет к тому, что им придется проводить ребрендинг из-за запрета использования товарного знака со стороны головной компании.

Автору удается удачно обыграть название компании (Папа Джонс) в заголовке. Читателю же приходится включиться в очень сложную игру — соотнести два контекста (исходный и новый), на первый взгляд, не связанные друг с другом. До конца понять суть заголовка и оценить умение автора поможет только прочтение статьи.

По «Ту» сторону джетов (А. Абдулина. 21.04.2022)

Прецедентный текст: «по ту сторону» — разговорное выражение, означающее «на другой стороне» [https://www.efremova.info/word/po_tu_storonu/].

Квазитрансформация: графическая замена части выражения на название самолета. Проясняет смысл такой трансформации текст статьи, где речь идет о невозможности дальнейшего эксплуатирования иностранных бизнес-джетов российскими компаниями из-за санкций, вследствие чего они рассматривают возможность покупки российских самолетов Ту-204.

Обыгрывая название отечественного самолета, автор противопоставляет его иностранным, используя англицизм «джет» вместо «самолет». Название самолета в такой позиции заголовок само по себе привлечет внимание читателя, а в сочетании со словом английского происхождения пробудит интерес к содержанию всей статьи. Автор приглашает читателя вместе узнать, что же там, по ту сторону.

Категоричный от CAS (Е. Ремизова. 12.04.2022)

Прецедентный текст: «категоричный отказ», то есть не допускающий иного понимания, иных толкований, безусловный [<https://kartaslov.ru/>].

Квазитрансформация: паронимическая субституция, в которой часть созвучного слова заменяется на английскую аббревиатуру (CAS). Неискушенному читателю вряд ли будет понятен такой заголовок. После прочтения статьи все встает на свои места. CAS (Court of Arbitration for Sport) — спортивный арбитражный суд, отклонивший апелляцию российской футбольной команды

на решение FIFA. Данная организация отстранила российских спортсменов от участия в соревнованиях под эгидой этой организации.

На наш взгляд, данный заголовок — пример того, как можно удачно обыграть прецедентное высказывание. Аббревиатура латиницей нарушает структуру заголовка, «выпячивая» название организации. Однако автор идет на определенный риск, так как немногие знают, как расшифровывается данное сокращение. Но сама форма подачи материала должна пробудить у читателя любопытство и заставить прочитать статью целиком.

Другими примерами графических трансформаций могут быть следующие заголовки: *Пока не VWсе потеряно* (Р. Рыскаль. 03.03.2022); *Apple встала на путь «Мира»* (В. Викторов. 16.03.2022); *«Фортуна» улыбнулась Davidoff* (А. Костырев. 22.04.2022) и др.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Прецедентные тексты в заголовках статей, посвященных санкционной политике в отношении России, — один из наиболее эффективных способов привлечения внимания читательской аудитории. Транслируя код культуры, прецедентные тексты вызывают в сознании целевой аудитории похожие ассоциации, так как они концентрируют в себе общие для данной языковой группы фоновые знания. Факт узнавания прецедентного текста в заголовке статьи устанавливает между читателем и автором связь, посредством которой последний может формировать определенный взгляд аудитории на происходящие события.

Квазитрансформации прецедентных текстов в заголовках статей вовлекают читателя в языковую игру, во время которой исходные смыслы прецедентных текстов трансформируются в новые ментальные образы. В зависимости от языкового мастерства и общей эрудиции автора трансформации прецедентных текстов могут носить неожиданный характер, и чем неожиданней трансформация, тем выше вероятность того, что читатель обратит на статью внимание. Однако опознание трансформации и способность восстановить исходный текст не всегда являются достаточными условиями для понимания заголовка. Иногда только основное содержание статьи проясняет смысл.

Самыми частотными сферами-источниками прецедентных текстов в заголовках статей, посвященных санкционной политике в отношении России, стали группа терминологических словосочетаний и клише, принадлежащих различным сферам деятельно-

сти человека, и группа разговорных выражений и клише. Это объясняется складывающейся в последнее время тенденцией к изменению стиля СМИ в сторону более разговорного, допускающего просторечные и жаргонные выражения. Это может быть связано в том числе и с желанием изданий быстро увеличить читательскую аудиторию за счет броских заголовков, апеллирующих к повседневной жизни потенциальной читательской аудитории.

Что касается способов трансформаций прецедентных текстов, то самым востребованным оказалась паронимическая субституция, в результате которой возникают окказионализмы, актуальные лишь в данном контексте. Перенос такой лексемы в новый контекст введет к полной утрате смысла. Звуковая похожесть окказионализма и исходного слова может служить дополнительным стимулом для читателя: опознать трансформацию прецедентного текста и осознать новый смысл в новом контексте.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бессонов, А. С. Газетный заголовок / А. С. Бессонов. — Ленинград : Лениздат, 1958. — 62 с. — Текст : непосредственный.
2. Богатырева, Н. А. Стилистика современного немецкого языка / Н. А. Богатырева, Л. А. Ноздрин. — Москва : Академия, 2008. — 336 с. — Текст : непосредственный.
3. Винокур, Г. О. Избранные работы по русскому языку / Г. О. Винокур. — Москва : Учпедгиз, 1959. — 492 с. — Текст : непосредственный.
4. Вомперский, В. А. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка / В. А. Вомперский. — Текст : непосредственный // Искусство публицистики (проблемы теории и мастерства) Тезисы докл. на республикан. науч. конф.-семинаре. — Алма-Ата, 1966. — С. 82–85.
5. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. — Москва : Наука, 1981. — 138 с. — Текст : непосредственный.
6. Гудков, Д. Б. Прецедентное имя в когнитивной базе современного русского языка / Д. Б. Гудков. — Текст : электронный // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей. — Москва : Филология, 1998. — Вып. 4. — С. 82–93. — URL: https://www.philol.msu.ru/~slavphil/books/jsk_04_05gudkov.pdf (дата обращения: 11.11.2022).
7. Земская, Е. А. Язык как деятельность: морфема. Слово. Речь / Е. А. Земская. — Москва : Флинта : Наука, 2004. — 896 с. — Текст : непосредственный.
8. Ильясова, С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. — Москва : Флинта, 2018. — 296 с. — Текст : непосредственный.
9. Карасик, В. И. Языковая пластика общения : моногр. / В. И. Карасик. — Волгоград : Парадигма, 2017. — 462 с. — Текст : непосредственный.
10. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. — Москва : Изд-во ЛКИ, 2010. — 264 с. — Текст : непосредственный.
11. Кожина, Н. А. Нечто большее, чем название / Н. А. Кожина. — Текст : непосредственный // Русская речь. — 1984. — № 6 — С. 26–32.
12. Красных, В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология : курс лекций / В. В. Красных. — Москва : Гнозис, 2002. — 284 с. — Текст : непосредственный.
13. Кузьмина, Н. А. Интертекстуальность и прецедентность как базовые когнитивные категории медиадискурса / Н. А. Кузьмина. — Текст : электронный // Медиастилистика. —

2011. — Вып. 1. — URL: <http://www.mediascope.ru/node/755> (дата обращения: 11.11.2022).

14. Мужев, В. С. О функциях заголовков / В. С. Мужев. — Текст : непосредственный // Ученые записки Московского государственного педагогического института иностранных языков имени М. Тореза. — 1970. — № 55. — С. 1–8.

15. Нахимова, Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации : моногр. / Е. А. Нахимова. — Екатеринбург : [б. и.], 2007. — 207 с. — URL: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/5960/1/mon00081.pdf> (дата обращения: 11.11.2022). — Текст : электронный.

16. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов / И. В. Захаренко, В. В. Красных, Д. Б. Гудков [и др.]. — Текст : непосредственный // Язык, сознание, коммуникация. — Москва : Филология, 1997. — Вып. 1. — С. 82–103.

17. Прохоров, Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Ю. Е. Прохоров. — Москва : Изд-во ЛКИ, 2008. — 224 с. — Текст : непосредственный.

18. Российский совет по международным делам. — URL: <https://russiancouncil.ru/sanctions>. — Текст : электронный.

19. Сафонов, А. А. Стилистика газетных заголовков / А. А. Сафонов. — Текст : непосредственный // Стилистика газетных жанров / Г. Я. Солганик. — Москва : Изд-во МГУ, 1981. — 201 с.

20. Слышкин, Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г. Г. Слышкин. — Москва : Academia, 2000. — 128 с. — Текст : непосредственный.

21. Солганик, Г. Я. Язык современных СМИ / Г. Я. Солганик. — Текст : электронный // Журналистика и культура русской речи : журн. — Москва, 2004. — № 1. — URL: <https://istina.msu.ru/publications/article/1446467/> (дата обращения: 11.11.2022).

22. Чигирин, Т. Ю. Заголовки в советских и постсоветских газетах в аспекте интертекстуальности и лингвокультурологии : 10.02.01 : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Чигирин Татьяна Юрьевна ; Воронежский гос. ун-т. — Воронеж, 2007. — 20 с. — Текст : непосредственный.

23. Develotte, C. Discourse Analysis of Newspaper Headlines : a Methodological Framework for Research into National Representations / C. Develotte, E. Rechiniewski. — 2001. — URL: <https://www.researchgate.net/publication/316282294>. — Text : electronic.

REFERENCES

1. Bessonov, A. P. (1958). *Gazetnyy zagolovok* [Newspaper headline]. Leningrad: Lenizdat, 62 p. (In Russ.)
2. Bogatyreva, N.A., & Nozdrina, L.A. (2008). *Stilistika sovremennogo nemeckogo jazyka* [Stylistics of modern German]. Moscow: Akademija, 336 p. (In Russ.)
3. Vinokur, G.O. (1959). *Izbrannye raboty po russkomu jazyku* [Selected works on the Russian language]. Moscow: Uchpedgiz, 492 p. (In Russ.)
4. Vomperskij, V.A. (1966). K izucheniju sintaksicheskoy struktury gazetnogo zagolovka [To the study of syntactical structure of newspaper headlines]. In *Iskusstvo publicistiky (problemy teorii i masterstva)* (pp. 82–85). Alma-Ata. (In Russ.)
5. Gal'perin, I.R. (1981). *Tekst kak objekt lingvisticheskogo issledovaniya* [Text as an object of linguistic study]. Moscow: Nauka, 138 p. (In Russ.)
6. Gudkov, D. B. (1998). *Precedentnoe imya v kognitivnoj baze sovremennogo russkogo jazyka* [Precedent name in cognitive bases of the modern Russian language]. Moscow: Filologija. Retrieved November 11, 2022, from https://www.philol.msu.ru/~slavphil/books/jsk_04_05gudkov.pdf (In Russ)
7. Zemskaja, E. A. (2004). *Jazyk kak dejatel'nost' : Morfema. Slovo. Rech'* [Language as an activity: Morpheme. Word. Speech] Moscow: Flinta, Nauka, 896 p. (In Russ.)
8. Il'jasova, S.V., & Amiri, L.P. (2018). *Jazykovaja igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy* [Language game in communicative space of mass media and advertising]. Moscow: Flinta, 296 p. (In Russ.)
9. Karasik, V.I. (2017). *Jazykovaja plastika obshhenija: monografija* [Language plastics of communication. Monograph]. Volgograd: Paradigma, 462 p. (In Russ.)

10. Karaulov, Ju. N. (2010). *Russkij jazyk i jazykovaja lichnost'* [Russian Language and Linguistic Personality]. Moscow: Izd-vo LKI, 264 p. (In Russ.)
11. Kozhina, N.A. (1984). Nechto bol'shee, chem nazvanie [More than just a name]. *Russkaja rech'*, 6, 26–32. (In Russ.)
12. Krasnyh, V. V. (2002). *Jetnopsiholingvistika i lingvokul'turologija: Kurs lekcij* [Ethnopsycholinguistics and linguoculturology: Lectures]. Moscow: Gnozis, 284 p. (In Russ.)
13. Kuz'mina, N.A. (2011) Intertekstual'nost' i precedentnost' kak bazovye kognitivnye kategorii mediadiskursa [Intertextuality and Precedent as a basic cognitive categories of media discourse]. In *Mediastilistika*. Retrieved November 11, 2022, from URL: <http://www.mediascope.ru/node/755>. (In Russ.)
14. Muzhev, V.S. (1970). O funkcijah zagolovkov [On functions of newspaper headlines]. *Uchenye zapiski MGPIIIa im. M. Toreza*, 55, 1–8. (In Russ.)
15. Nahimova, E.A. (2007). *Precedentnye imena v massovoj kommunikacii: monografija* [Precedent names in mass communication: monograph]. Ekaterinburg. Retrieved November 11, 2022, from URL: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/5960/1/mon00081.pdf> (In Russ.)
16. Zakharenko, I. V., Krasnykh, V. V., Gudkov, D. B., & Bagayeva, D. V. (1997). Precedentnoe imja i precedentnoe vyskazyvanie kak simvol'y precedentnyh fenomenov [Precedent name and precedent utterance as symbols of precedent phenomena]. In *Jazyk, soznanie, kommunikacija* (Iss. 1, pp. 82–103). Moscow: Filologija. (In Russ.)
17. Prohorov, Ju. E. (2008). *Nacional'nye sociokul'turnye stereotipy rechevogo obshhenija i ih rol' v obuchenii russkomu jazyku inostrancev* [National sociocultural stereotypes of verbal communication and their role in teaching Russian to foreigners]. Moscow: Izd-vo LKI, 224 p. (In Russ.)
18. *Rossijskij sovet po mezhdunarodnym delam* [Russian Council on international affairs]. Retrieved November 11, 2022, from <https://russiaincouncil.ru/sanctions>. (In Russ.)
19. Safonov, A.A. (1981). Stilistika gazetnyh zagolovkov [Stylistic features of newspaper headlines]. In *Stilistika gazetnyh zhanrov*. Moscow: Izd-vo MGU, 201 p. (In Russ.)
20. Slyshkin, G.G. (2000). *Ot teksta k simvolu: lingvokul'turnye koncepty precedentnyh tekstov v soznanii i diskurse* [From text to symbol: linguocultural concepts of precedent texts in consciousness and discourse]. Moscow: Academia, 128 p. (In Russ.)
21. Solganik, G.Ja. (2004). Jazyk sovremennyh SMI [Language of modern mass media]. In *Zhurnal «Zhurnalistika i kul'tura russkoj rechi»*. Retrieved November 11, 2022, from <https://istina.msu.ru/publications/article/1446467/> (In Russ.)
22. Chigirina, T.Ju. (2007). *Zagolovki v sovetskih i postsovet-skih gazetah v aspekte intertekstual'nosti i lingvokul'turologii* [Soviet and post-Soviet newspaper headlines from the point of view of intertextuality and linguoculturology] [Abstract of Dis. of Cand. of Philol. Sciences]. Voronezh, 20 p. (In Russ.)
23. Develotte, C., & Rechniewski, E. (2001). *Discourse Analysis of Newspaper Headlines : a Methodological Framework for Research into National Representations*. Retrieved November 11, 2022, from <https://www.researchgate.net/publication/316282294>