

МОЛОДЫЕ ГОЛОСА / YOUNG VOICES

Прецедентика и медиакартина мира

О. В. Наволоцкая

Precedents in Media World Picture

O. V. Navolotskaya

Ольга Витальевна Наволоцкая – аспирант; Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Российская Федерация

E-mail: olga.navolotckaia@mail.ru

Статья поступила. 20.09.2023. Принята к печати: 30.09.2023.

В настоящей статье рассматривается проблема современной прецедентики в заголовках медиатекстов на примере информационного ресурса Kommersant.ru. Исследуется роль этого явления в устройстве медиакартины действительности, соконструируемой авторами и читателями. Известно, что прецеденты, являясь сосредоточениями лингвокультурной памяти общества, помогают выстраивать ассоциативные связи для осмысления новой информации. В связи с этим авторы медиатекстов активно к ним обращаются для имплицитного и эксплицитного выражения своих мыслей, а также с целью наладить доверительные отношения со своей аудиторией, демонстрируя общность взглядов и культурно-исторического бэкграунда. Таким образом, формируется прецедентный инструментарий, позволяющий выявить некоторые элементы того, каким и как видит мир современное общество. Обнаруженный набор из порядка 230 прецедентных заголовков дифференцируется по тематикам, а также способам репрезентации в тексте. Результаты исследования показывают, на какие прецеденты авторы медиатекстов «опираются», участвуя в диалоге со своей аудиторией сегодня.

Ключевые слова: прецедентика, прецедентный феномен, медиакартина мира, паронимия, Коммерсантъ

УДК 81`42:316.776:004.77

Olga V. Navolotskaya — post-graduate student; Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Velikiy Novgorod, Russian Federation

ORCID 0000-0003-0954-1375

Received: 20/09/2023. Accepted for publication: 30/09/2023.

This article examines the problem of modern precedents in the headlines of media texts using the example of the information resource Kommersant.ru. The role of this phenomenon in the structure of the media view of reality, co-constructed by authors and their readers, is explored. It is known that precedents as concentrations of the linguocultural memory of society help build associative connections to comprehend new information. In this regard, the authors of media texts actively turn to them to express their thoughts, both implicitly and explicitly, as well as to build trust with their audience, demonstrating a commonality of views, cultural and historical background. Thus, a precedent toolkit is being formed that allows us to identify some elements of how modern society sees the world. The discovered set of about 230 precedent headings is differentiated by topic, as well as methods of their representation in the text. The results of the study show what precedents the authors of media texts “rely on” when participating in dialogue with their audience today.

Keywords: precedents, precedent phenomenon, media world picture, paronymy, Kommersant

OECD: 6.02OY+5.04XA+1.02EV

V

Постановка проблемы. В условиях глобальной информатизации картина мира представителя современного общества дополняется, обогащается и меняется в определенной степени каждый день, инструментом, а также индикатором чего выступает современный язык. Наблюдение за изменениями в языке представляется наиболее интересным посредством изучения медиатекстов, поскольку их авторы и читатели являются в то же время участниками обсуждаемых событий. Это позволяет назвать

медиадискурс в широком смысле богатейшей базой данных о том, как общество видит и понимает мир.

Осмысление происходящего вокруг невозможно без использования предшествующего опыта, набора фоновых знаний. В медиадискурсе за это отвечает интертекстуальность – категория, которая находится в центре внимания лингвистов сегодня. Она понимается как непрерывная связываемость текстов языковой памятью [Гаспаров, 1996]. В ее инструментарий входят такие сосредоточения лингвокультурного бэкграунда как прецедентные феномены.

В настоящей статье обсуждается роль прецедентов в построении и трансформировании элементов современной медиакартины мира. Внимание сфокусировано на семантическом и креативном потенциале прецедентных единиц в процессе исполнения обозначенной роли.

История вопроса. Приступая к анализу интересующих нас примеров, сделаем несколько понятийных замечаний.

Вслед за Ю.Н. Карауловым прецедентами мы называем языковые единицы, для которых характерны хрестоматийность, познавательная и эмоционально значимая нагрузка, сверхличностная узнаваемость и неоднократность воспроизведения в дискурсе [Караулов, 2004, с. 216].

В зависимости от типа исходного материала прецедент может выступать в виде текста (например, отрывок из художественного произведения или текста песни), имени (например, *Иван Сусанин* для обозначения проводника, который завел не туда, куда было нужно), ситуации (например, предательство Иудой Христа как «эталон» подобного поступка) и высказывания (например, *Не спится, няня!*) [Красных, 2002, с. 172-173].

Эти единицы самодостаточны, им присуща законченность, краткость выражения и смысловая емкость. Кроме того, прецедент обладает инвариантом, который включен в конгломерат лингвокультурных знаний [Гудков, 2003, с. 102] и складывается из восприятия некоторого факта действительности обществом. Например, прецедентное имя *Иван Грозный* некто может связать с образом великого царя, внесшего вклад в развитие государства, однако неоспоримым остается общенациональное восприятие обозначаемого персонажа как деспотичного, жестокого царя [Захаренко, Красных, Гудков, Багаева, 1997, с. 82-103]. Общее тяготение к определенному инвариантному представлению и соответствующая смысловая, эмоциональная насыщенность привели к обозначению прецедентов как сильных текстов, что и позволяет включить прецедентную теорию в теорию интертекстуальности [Кузьмина, 1999].

База образов, знаний (в том числе инвариантов), которые зафиксированы с помощью языковых знаков, составляет идиостиль говорящих на этом языке и служит ассоциативно-вербальному отражению мира [Буров, 2008, с. 43], принято называть языковой картиной мира. Специфика языковой картины мира определяется лексемами-символами, метафорами и сравнениями, через призму которых рассматривается окружающий мир [Фаткуллина, Сулейманова, 2011, с. 1002-1005; Яковлева, 1996, с. 47-57].

В связи с чем необходимо обозначить еще две классификации прецедентов. Во-первых, их дифференцируют согласно широте охвата на социумно-, национально- и

универсально-прецедентные [Рагимова, 2011, с. 77-79], что позволяет исследователям соотносить их с соответствующими по масштабу языковыми картинами мира. Во-вторых, успешное использование прецедентов требует их когнитивной и эмоциональной релевантности для представителей определенного лингвокультурного сообщества в определенный период его развития [Привалова, 2005, с. 234], в связи с чем выделяют также вневременные и темпоральные прецедентные феномены [Там же]. Отметим, что к вневременным представляется возможным отнести *знаки высокой культуры* [Ремчукова, Кузьмина, 2022], то есть классические символы, ценность которых не подвергается сомнению, а их использование свидетельствует о высоком уровне культуры. В качестве примера могут служить тексты из произведений классической русской литературы.

Таким образом, в языковой картине мира, восприимчивой к изменениям действительности, могут происходить некоторые изменения относительно перебалансировки прецедентных феноменов. Интересно, к каким прецедентным феноменам обращается общество, переживая те или иные события, и почему именно эти языковые факты способствуют восприятию и познанию складывающейся действительности?

Методология и методы исследования. Теоретической и методологической основой исследования послужили труды И. В. Захаренко, Г. Г. Слышкина, Д. Б. Гудкова, В. В. Красных о природе прецедентных феноменов, их классификациях и лингвокультурной значимости, работы Н. А. Кузьминой об интертекстуальности и Т.В. Шмелевой о параномазии в креативном конструировании заголовков.

В работе используется описательно-аналитический метод. При отборе анализируемых заголовков и соответствующих медиатекстов, иллюстрирующих специфику прецедентности, использовался метод сплошной выборки.

В качестве фактического материала было рассмотрено порядка 230 содержащих прецеденты заголовков к медиатекстам политической направленности, которые были опубликованы на авторитетном новостном сайте «Kommersant.ru» за период с октября 2022 года по сентябрь 2023 года.

Анализ материала. Обзор публикаций позволяет выделить такие характеристики публикуемых материалов, как яркие, цепкие заголовки, элементы прогнозирования и аналитики.

Инструментарий платформы позволяет представить портрет среднестатистического посетителя: 44% аудитории – специалисты и руководители, значит, он социально активный, целеустремленный, амбициозный; 56% имеют высшее образование – читатель образованный, эрудированный [Kommersant.ru]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что читатель сайта, как минимум, обладает доступом к лингвокультурной информации, взаимодействует с другими носителями тех или иных культурных кодов, то есть способен обнаружить ценностные, исторические, художественные маркеры, считать их уместность и значимость, успешно декодировать и принять информацию в контексте соответствующего материала.

Фактор адресата справедливо называют определяющим при создании медиаконтента [Каминская, 2008, с. 314], поскольку присущие первому возрастным, социальные, национальные черты вкладываются журналистами в сами тексты как

способ привлечь читателя, расположить к себе, установить доверительные отношения. Другими словами, текстовая деятельность подразумевает работу автора над актуальным отражением в тексте своей целевой – массовой – аудитории, и результаты этой деятельности позволяют нам идентифицировать некоторые элементы медиакартины мира данной аудитории.

Переходя к анализу отобранного нами материала, первое, что необходимо отметить, это – наличие прецедентики, главным образом, в заголовках публикаций (72%). Связан этот факт с функциями данного компонента текста, а именно номинативно-информативной, рекламной, воздействующей и графически-выделительной [Сметанина, 2002, с. 45; Сафонов, 1981, с. 205]. Реализация перечисленных функций осуществляется в их тесном взаимодействии, однако, в рассмотренном нами массиве медиатекстов заголовки обычно нацелены на привлечение внимания и мотивирование читателя перейти к основной части, при этом объективность и документальность изложения уходит на второй план, в том числе под влиянием прецедентики.

Важно отметить продуктивность союза заголовка и прецедентики. Такое решение дает автору возможность выразить мысль в краткой, привлекательной форме и при этом значительно обогатить ее содержание. Кроме того, автор может воспользоваться паролем функцией прецедентов [Слышкин, 2000, с. 85], то есть превратить заголовок в некий код для опознавания своей целевой аудитории.

В ходе анализа медиатекстов «Коммерсанта» было обнаружено, что тематика фигурирующих в заголовках прецедентов разнообразна, однако основными сферами-источниками представляется возможным назвать следующие: факты советской действительности (35%); устойчивые выражения, включая пословицы, поговорки, фразеологизмы (27%); факты военной действительности (15%); классическая литература (10%). Следующими сферами по популярности стали кино, музыка и специализированная лексика.

Несмотря на то, что количество текстов архаического, религиозного характера как источников прецедентики составило всего 4%, нельзя не отметить более частотное их появление в заголовках летом и осенью 2023 года. Например, заголовок *Александр Лукашенко явился пред Сочи президента* (15.09.2023) отсылает к прецедентному выражению «явиться / предстать пред очи», которое в словарях квалифицируется как устаревшее и иллюстрируется примерами из литературы XIX века: *Когда был обвинён старицкий воевода, Что, гордый знатностью и древностью рода, Присвоить он себе мечтает царский сан, Предстать ему велел пред очи Иоанн* (А. К. Толстой. Старицкий воевода) [Федоров, 2008, с. 520]. Подтверждается это и материалами Национального корпуса русского языка: *Он приказал уже приготовить коня своего бранного, чистить мундир с новыми галунами, саблю булатную и прочие снадобья, дабы по-надлежащему явиться пред очи принца* (В. Т. Нарезный. Российский Жилбаз, или Похождения князя Гаврилы Симоновича Чистякова, 1814).

Заголовок *Имя рек* (11.09.2023) к материалу о «имянаречении» танкеров создает аллюзию на *имярек*, слово, которое в текстах молитв и других церковных речениях занимает место имени лица, за которого возносится молитва, и сегодня

является экземплификантом в современном литературном и бытовом языке [Ушаков, 1935].

В рассмотренных примерах авторы используют квазицитацию: в первом случае посредством замещения лексем, во втором – добавления интервала. Прямая цитация религиозного текста также встречается, например, в заголовке *Тайна сия велика есть* (19. 07. 2023) к материалу, посвященному чтению законопроекта об усилении мер по защите государственной тайны.

Отметим, что медийный язык, подвижный, чувствительный к трендам и их формирующий, непрерывно развивается и требует от журналистов постоянного творческого напряжения, состояния поиска креативных способов решения поставленных коммуникативных задач. Поэтому необходимо обозначить дифференциацию прецедентов на трансформированные и канонические, то есть те, что использованы в своей инвариантной форме [Миронова, 2013, с. 8]. Анализ материала демонстрирует, что авторы «Коммерсанта» в большинстве случаев (81%) склоняются к творческой обработке ресурсов прецедентики.

Каноническое воспроизведение в заголовках встречается, например, при обращении к цитатам исторических личностей: *За мою беспредельную преданность он отдал меня в руки врагов* (19. 11. 2022; фраза генерала Н. Власика); персонажей фильмов: *Без шума и пыли* (20. 01. 2023; из кинофильма «Бриллиантовая рука» 1968 г.); к научным или специализированным терминам: *Встречное движение* (к статье о получении одобрения баллотироваться; 6. 02. 2023); к текстам литературных произведений: *К другим – отношение левое* (10. 01. 2023; из «Стихи о советском паспорте» В. Маяковского); включая религиозные, как отмечалось ранее.

В отношении творческого преобразования наиболее частой трансформацией является замещение лексических единиц (46%), в том числе на основе паронимической аттракции.

Паронимическая аттракция, или парономазия — это нарочитое текстовое сближение слов, которые в той или иной мере сходны по своему звучанию: «Кам-ни смач-но скри-пят в хо-лод-ных зу-бах скре-пе-ров» (Р. И. Рождественский) [Бельчиков, 2004-2007]. Роль этого инструмента заключается в том, что он придает тексту дополнительную образность, оригинальное фонетическое оформление. При этом стилистическая ценность такой аттракции будет тем выше, чем по смыслу дальше друг от друга в нашем представлении находятся сближаемые единицы [Шмелева, 2011].

Например, заголовок-квазицитата с включением имени собственного через парономазию – *Саймсы с усами* (16. 06. 2023). Фразеологизм *сами с усами* как прецедентная основа заголовка означает самостоятельность, *Саймсы* — трансформированное имя Дмитрия Саймса, модератора пленарной сессии ПМЭФ-2023, на которой выступил президент. По сюжету статьи модератор одновременно поддерживает спикера и представляет противоположное ему мнение, чем вызывает ироничное восхищение автора.

В заголовке *«Основы» по осени читают* (6. 09. 2023) посредством парономазии *считают/читают* сближаются русская народная пословица и смысловая конструкция *читать лекции*. Читают лекции по новой дисциплине – «Основы российской государственности» – студентам российских вузов с сентября 2023 года.

Согласно публикации, 6 сентября прошла пресс-конференция, на которой авторы курса в очередной раз рассказали о своем труде. Таким образом, авторский прием отражает информацию о начале преподавания дисциплины и особой актуальности соответствующего организационного мероприятия. При этом *Основы* представляется возможным назвать сегодня темпоральным прецедентным именем.

Лежащие в основе заголовков устойчивые словосочетания бытуют в разговорной речи и, следовательно, являются самыми простыми для считывания адресатом, поскольку не требуют от него особой интеллектуальной подготовки.

В литературной же прецедентике лидирует классика. Так, например, крылатая фраза из монолога Чацкого, героя произведения «Горе от ума» Александра Грибоедова, стала основой заголовка *А судьбы кто?* (27.06.2023) к медиатексту о подведении итогов вооруженного мятежа президентом. Автор поддерживает свою идею «сквозным» способом в основной части текста, создавая напряжение: *выводы <...> должны были стать судьбоносными; ждали <...> более сногшибательных новостей; мало не покажется вообще никому; заявления <...> определяют судьбу России; слухи были <...> один величественнее другого; скорее к судьбоносности; (и, наконец) обращение <...> не стало судьбоносным.* Положительная оценка факта неоправданных ожиданий, чувство облегчения, передаваемое автором, эффектно «венчается» паронимическим заголовком, в основе которого лежит канонический прецедент.

Дважды встретилась квазицитация классических произведений: «Бородино» М. Лермонтова в заголовке *Не Москва ль за ними?* (21.06.2023 г.) к материалу о намерениях кандидата в мэры Москвы обеспечить безопасность столицы и «Евгений Онегин» А. Пушкина в заголовке *Уважать себя заставим* (6.06.2023) к публикации об отставке нового спикера челябинского законодательного собрания. Во втором медиатексте заголовок объясняется внутритекстовым предположением о причине отставки: *«возможно, кто-то счел, что к нему было проявлено недостаточно уважения».*

Ещё одним источником знаков высокой культуры стало произведение Михаила Булгакова «Мастер и Маргарита». Мы встречаем его в заголовке *Дихотомия, как и было сказано* (8 сентября 2023 г.) к медиатексту о двух вариантах голосования – дистанционное электронное голосование и традиционная «многодневка». Инвариантом является название 6 главы – *Шизофрения, как и было сказано.* Замещение было осуществлено на основе параномазии, а именно сближения идей раздвоенности в общем смысле и раздвоенности личностных свойств как психического заболевания. В результате сближения усиливается идея двойственности и добавляется ирония, привлекающая внимание читателей.

Литература, а именно поэзия, советского периода также представлена в прецедентике медиаплатформы. При этом, как правило, фигурируют стихи, популяризированные в песнях.

Прецедент из стихотворения Юрия Визбора «Александра» закрепился в заголовке *И сразу все устроилось* (10.09.2023) со значением, противоположным инварианту и помог автору обозначить информацию о завершившихся выборах мэра Москвы.

Заголовок *На земле, в небесах и на речке* (7 сентября 2023 г.) к медиатексту о предвыборной работе кандидата в мэры Москвы в основе имеет прецедент, строчку из военной песни Василия Лебедева-Кумача, актуализированный с помощью замещения *на море/на речке*, так как по сюжету в плане кандидата значится программа по очистке Москвы-реки.

Ещё одно стихотворение этого же автора обнаружено в заголовках *Боевым везде у нас дорога* (13. 06. 2023), *Молодым везде у нас тревога* (11. 11. 2022), инвариантом которых служат слова *Молодым – везде у нас дорога* из «Песни о Родине»; а строка из «Песни о друге» Владимира Высоцкого *Если друг оказался вдруг и не друг и не враг, а – так* предстала сразу в трех квазицитациях: *Если друг к вам приехал вдруг* (31. 05. 2023), *Если вновь оказался Усс* (8. 06. 2023), *Кто нам не враг и не друг* (11. 02. 2023).

В следующем примере советская действительность представлена киносимволом. Заголовок к материалу о встрече президента РФ с главой КНДР Ким Чен Ыном *Операция Ын и другие приключения Путина* (13. 09. 2023) является результатом сближения компонента прецедентного названия советского художественного фильма *Операция «Ы» и другие приключения Шурика* и части имени главы КНДР. Кроме того, имя персонажа фильма Шурик заменено на имя В. Путина. Автор материала рассказывает о подготовке к приему гостя, об организации и проведении мероприятия, совершаемых с большим вниманием к деталям, чему с некоторой долей иронии «подыгрывает» рассматриваемый заголовок.

Также были встречены лозунги советского времени. *Каждому по способности* (23. 06. 2023) – так озаглавлен материал о законопроектной деятельности, направленной на усложнение работы иностранных и международных неправительственных организаций. Сохранена коннотативная нагрузка инварианта, а именно социалистического принципа распределения благ *«от каждого по его способности, каждому – по его труду»*, заключающаяся в его универсализме и внушительности звучания, однако сближение *способность/пособничество* привело к направлению этой нагрузки в негативное русло.

Ещё один известный лозунг, теперь уже военного времени, квазицитируется в заголовке *Все для фронта и кое-что для победы* (27. 06. 2023). В заголовочном комплексе автор «параллельно заголовку» сообщает о том, что во время весенней сессии депутаты Государственной Думы, главным образом, решали вопросы поддержки специальной военной операции, но при этом успели обсудить и ряд «мирных» проблем.

Лексическая единица *специальная военная операция* (СВО) сама по себе является темпоральным прецедентом. В заголовках она чаще всего фигурирует как аббревиатура в контаминированных образованиях, например: *«Паровозы» для СВОих* (10. 07. 2023), *Выборы придут к СВОим избирателям* (26. 06. 2023). Отметим, что в рамках изученного материала подобные конструкции используются авторами тактично, уместно и несут лишь сигнальный характер, то есть демонстрируют, с чем будет связан последующий медиатекст.

Результаты исследования. Выбор тем прецедентики позволяет нам обозначить некоторые элементы соконструируемой – автором и адресатом – медиакартины мира.

Встречается значительное количество советских прецедентов, с помощью которых авторы создают комфортную, знакомую своим читателям атмосферу и способствуют ориентированию в меняющейся действительности, поскольку, согласно статистике сайта, большая часть аудитории была свидетелем этой эпохи и, следовательно, инварианты наделены для них особой эмоциональной нагрузкой.

Популярность литературных, архаических и религиозных прецедентов связана с их хрестоматийностью и глубоким потенциалом для строительства смысловых, ассоциативных связей. Их адекватное прочтение требует определенной интеллектуальной работы со стороны аудитории. Следовательно, можно предположить, что таким образом в медиакартине действительности поддерживается информация о глубинных культурных и духовных ценностях.

Распространенность прецедентов военной тематики, в свою очередь, связана с текущей политической ситуацией в мире, и сопровождаемая ее неопределенность побуждает авторов использовать знакомые адресатам факты действительности, в том числе, советской, образно и эмоционально близкие к тому опыту, который читатели переживают и осмысливают сегодня.

Использование темпоральных прецедентов имеет высокий сигнальный потенциал и мотивирует читателей следить за обновлениями на сайте. Используемые факты реальности отвечают за актуализацию медиакартины мира. При этом наиболее частотным приемом активизации прецедентов выступает замещение и, в частности, посредством паронимической аттракции.

Выводы. Таким образом, исследование прецедентики в заголовках позволяет нам сделать ряд выводов о современной медиакартине действительности на примере «Коммерсанта»:

знакомые, репрезентативные факты советской эпохи и хрестоматийные устойчивые выражения формируют общее видение мира автором и его аудиторией, обеспечивая «эффект присутствия» в тексте и вызывая ностальгические чувства;

аллюзии на классическую литературу, поэзию, архаические и религиозные источники свидетельствуют о поддержании в современной медиакартине глубинных культурных и ценностных скреп;

прецеденты военной тематики, в том числе советского периода, отвечают за актуализацию медиакартины и говорят о присутствии общей настороженности, беспокойности;

при этом креативное и уместно ироничное отношение авторов «Коммерсанта» демонстрирует их стремление создать аудитории комфортные условия для соконструирования медиапредставления об окружающей действительности.

Литература

- Бельчиков, Ю. А. (н.д.). Паронимазия. *Большая российская энциклопедия* 2004–2007. URL: <https://old.bigenc.ru/linguistics/text/2321784>
- Буров, А. А. (2008). *Формирование современной русской языковой картины мира (способы речевой номинации): филологические этюды: монография*. Пятигорск: ПГЛУ.
- Гаспаров, Б. М. (1996). *Язык, память, образ: лингвистика языкового существования*. Москва: Новое лит. обозрение. URL: <http://yanko.lib.ru/books/lit/1%3DI.pdf>
- Гудков, Д. Б. (2003). *Теория и практика межкультурной коммуникации*. Москва: Гнозис.
- Захаренко, И. В., Красных, В. В., Гудков, Д. Б., Багаева, Д. В. (1997). Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов. *Язык, сознание, коммуникация: сборник статей*. Москва: Филология. 1, 82–103. URL: https://www.philol.msu.ru/~slavphil/books/jsk_01_08zacharenko_et.pdf
- Каминская, Т. Л. (2008). Автор и адресат в современных медиатекстах. *Вестник Санкт-Петербургского государственного университета, Серия 9. Филология, востоковедение, журналистика*, 2(2), 314–319.
- Караулов, Ю. Н. (2004). *Русский язык и языковая*. Москва: УРСС.
- Красных, В. В. (2002). *Этнопсихолингвистика и лингвокультурология: курс лекций*. Москва: Гнозис.
- Кузьмина, Н. А. (1999). *Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка: монография*. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та; Изд-во Омск. гос. ун-та.
- Миронова, Д. А. (2013). *Трансформация прецедентных высказываний в переводах заголовков медиатекстов онлайн-формата: автореф. дис.... канд. филол. наук*. Тюмень.
- Привалова, И. В. (2005). *Интеркультура и вербальный знак: лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации: монография*. Москва: Гнозис.
- Рагимова, Ф. С. (2011). *Актуализация прецедентных феноменов в рекламном тексте: учебное пособие*. Кемерово: Кемеровский гос. ун-т.
- Ремчукова, Е. Н., Кузьмина, Л. А. (2022). *Трансформация прецедентного знака высокой культуры в медиапространстве (на материале прецедентов со сферой-источником «Достоевский»)*. Четвертые Григорьевские чтения. «Семантические преобразования в художественном тексте», Москва, 14–26 марта 2022 года: материалы конференции. Москва: Изд-во Ин-т рус. Яз. им. В. В. Виноградова, РАН. URL: <https://ruslang.ru/sites/default/files/doc/grigoriev2022/Remch.pdf>
- Сафонов, А. А. (1981). *Стилистика газетных заголовков. Стилистика газетных жанров: сборник*. Москва: Изд-во МГУ.

References

- Belchikov, Yu. A. Paronomasia. *The Great Russian Encyclopedia 2004–2007* [Web page]. (n.d.). Retrieved from <https://old.bigenc.ru/linguistics/text/2321784>. (In Russian).
- Burov, A. A. (2008). *Formation of the modern Russian language picture of the world (methods of speech nomination): philological studies: monograph*. Pyatigorsk: Publishing house of Pyatigorsk State Linguistic University. 319 p. (In Russian).
- Fatkullina, F. G., Suleymanova A. K. (2011). The linguistic picture of the world as a way of conceptualizing reality. *Bulletin of Bashkir University*, 16 (3–1), 1002–1005. (In Russian).
- Fedorov, A. I. (2008). *Phraseological dictionary of the Russian literary language: about 13,000 phraseological units*. 3rd ed., rev. Moscow: AST: Astrel Publ. 878 p. (In Russian).
- Gasparov, B. M. (1996). *Language, memory, image: linguistics of linguistic existence*. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie Publ. 351 p. Retrieved from <http://yanko.lib.ru/books/lit/1%3DI.pdf>. (In Russian).
- Gudkov, D. B. (2003). *Theory and practice of intercultural communication*. Moscow: Gnosis Publ. 286 p. (In Russian).
- Kaminskaya, T. L. (2008). Author and addressee in modern media. *Bulletin of St. Petersburg State University. Bulletin of St. Petersburg University. Series 9. Philology. Oriental studies. Journalism*, 2, part 2, 314–319. (In Russian).
- Karaulov, Yu. N. (2004). *Russian language and linguistic personality*. 4th ed., ed. Moscow: URSS Publ. 261 p. (In Russian).
- Krasnykh, V. V. (2002). *Ethnopsycholinguistics and linguoculturology: a course of lectures*. Moscow: Gnosis Publ. 284 p. (In Russian).
- Kuzmina, N. A. (1999). *Intertext and its role in the processes of poetic language evolution: monograph*. Yekaterinburg: Ural State University Publ.; Omsk State University Publ. 268 p. (In Russian).
- Mironova, D. A. (2013). *Transformation of precedent statements in translations of titles of online media texts*. PhD thesis. Tyumen. 24 p. (In Russian).
- Precedent name and precedent statement as symbols of precedent phenomena (1997). *Language, consciousness, communication: collection of articles*. Eds.: Zakharenko, I. V., Krasnykh, V. V., Gudkov, D. B., Bagaeva, D. V. Moscow: Filologiya Publ. Issue 1, 82–103. Retrieved from https://www.philol.msu.ru/~slavphil/books/jsk_01_08zacharenko_et.pdf. (In Russian).
- Privalova, I. V. (2005). *Interculture and verbal sign: linguocognitive foundations of intercultural communication: monograph*. Moscow: Gnosis Publ. 469 p. (In Russian).
- Ragimova, F. S. (2011). *Actualization of precedent phenomena in the advertising text: textbook*. Kemerovo: Kemerovo State University Publ. 123 p. (In Russian).
- Remchukova, E. N., Kuzmina, L. A. (2022). *Transformation of the precedent sign of high culture in the media space (based on the material of precedents with the source sphere*

Слышкин, Г. Г. (2000). *От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе: монография*. Москва: Академия.

Сметанина, С. И. (2002). *Медиа-текст в системе культуры. динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века: монография*. Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В. А.

Ушаков, Д. Н. (Ред.). (1935). *Толковый словарь русского языка*. 1.

Фаткуллина, Ф. Г. (2011). Языковая картина мира как способ концептуализации действительности. *Вестник Башкирского университета*, 16(3-1), 1002–1005.

Федоров, А. И. (2008). *Фразеологический словарь русского литературного языка: около 13000 фразеологических*. Москва: АСТ: Астрель.

Шмелева, Т. В. (2011). «Москва, люблю тебя безмэрно»: вспышка паронимии в медиаречи. *Слово.ру: Балтийский акцент*, 2(3-4), 95–104. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17882716>

Яковлева, Е. С. (1996). К описанию русской языковой картины мира. *Русский язык за рубежом*, 1-2-3, 47–56.

"Dostoevsky"). The fourth Grigoriev readings. "Semantic Transformations in a Literary Text", Moscow, March 14–26, 2022: Conference Materials. V. V. Vinogradov Institute of the Russian Language, RAS. Moscow. Retrieved from <https://ruslang.ru/sites/default/files/doc/grigoriev2022/Re-mch.pdf>. (In Russian).

Safonov, A. A. (1981). Stylistics of newspaper headlines. Stylistics of newspaper genres: collection. Ed. D. E. Rosenthal. Moscow: MSU Publ. (In Russian).

Shmeleva, T. V. (2011). «Moskva, lyublyu tebya bezmerno»: a flash of paronomasia in the media. *Slovo.ru: Baltic Accent*, 2 (3–4), 95–104. Retrieved from <https://elibrary.ru/item.asp?id=17882716>. (In Russian).

Slyshkin, G. G. (2000). *From text to symbol: Linguistic and cultural concepts of precedent texts in Consciousness and Discourse: monograph*. Moscow: Akademiya Publ. 125 p. (In Russian).

Smetanina, S. I. (2002). *Media text in the system of culture. dynamic processes in the language and style of journalism of the late XX century: monograph*. Saint-Petersburg: Mikhailov V. A. Publishing House. 382 p. (In Russian).

Ushakov, D. N. Explanatory dictionary of the Russian language. *Slovar.ru* [Web page]. (n.d.). Retrieved from <https://slovar.cc/rus/ushakov.html>. (In Russian).

Yakovleva, E. S. (1996). Russian language picture of the world. *Russian Language Abroad*, 1–2–3, 47–56. (In Russian).

Источники

Национальный корпус русского языка: официальный сайт. URL: <http://www.ruscorpora.ru>.

Kommersant.ru. – URL: <https://www.kommersant.ru>

Sources

Kommersant.ru / Kommersant. Retrieved from <https://www.kommersant.ru/>. (In Russian).

National Corpus of the Russian language (NKRYa). Retrieved from <http://www.ruscorpora.ru>. (In Russian).

Для цитирования статьи:

Наволоцкая, О. В. (2023). Прецедентика и медиакартина мира. *VERBA. Северо-Западный лингвистический журнал*, 4(9), 83–92. DOI: 10.34680/VERBA-2023-4(9)-83-92

For citation:

Navolotskaya, O. V. (2023). Precedents in Media World Picture. *VERBA. North-West linguistic journal*, 4(9), 83–92. (In Russian). DOI: 10.34680/VERBA-2023-4(9)-83-92