

Марченко Т. В.

СПЕЦИФИКА СТАНОВЛЕНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНОГО ФЕНОМЕНА (В АСПЕКТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ)

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2008/2-1/54.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2008. № 2 (9): в 3-х ч. Ч. I. С. 140-141. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2008/2-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

СПЕЦИФИКА СТАНОВЛЕНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНОГО ФЕНОМЕНА (В АСПЕКТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ)

Марченко Т. В.

Северо-Кавказский государственный технический университет

Значительные возможности СМИ в области «фильтрации» информации, в частности воспроизведения материала и создания определенного образа позволяют рассматривать в качестве отличительной особенности данного коммуникативного пространства способность формировать условный круг социально и культурнозначимых прецедентных феноменов. Это, в свою очередь, обеспечивает достижение ключевых целей политического дискурса в СМИ: мобилизация и убеждение.

Вслед за Ю. Н. Карауловым, под прецедентным феноменом мы понимаем феномены значимые для той или иной личности в познавательном или эмоциональном отношении, имеющие сверхличностный характер, то есть хорошо известные широкому окружению данной личности, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности [Караулов 1987: 216]. Ведущие исследователи данной разновидности дискурса (А. П. Чудинов, А. Н. Баранов) отмечают, что прецедентные феномены, получающие реализацию через интертекстуальные включения (цитаты и аллюзии), являются одной из самых ярких черт ПД, обладающей особым прагматическим потенциалом. Попытки осмысления условий и специфики появления прецедентного феномена, его дальнейшего функционирования в межкультурной коммуникации представляет особый интерес.

В качестве примера становления прецедентного феномена можно привести нарратив инцидента, случившегося на саммите G8 в Санкт-Петербурге. Участники политического события американский президент Дж. Буш и британский премьер-министр Т. Блэр позволили себе в приватной беседе (которая, как оказалось, проходила при включенном микрофоне) ряд замечаний компрометирующего характера. Кадры этой беседы транслировались по всему миру, а выдержки из текста разговора были обыграны в многочисленных статьях, вызвав определенный общественный и политический резонанс. Как можно судить, это способствовало становлению прецедентного феномена и его актуализации в рамках международной (межкультурной) коммуникации.

Принципиальное значение имеет то, что совокупный массив текстов, относящихся к нарративу, отличается общим тематическим содержанием. Однако языковые средства выражения варьируются в зависимости от жанра, вектора политической направленности источника информации и стадии развития события.

Интертекстуальность, являясь ключевой характеристикой политического нарратива, на первых этапах развития ситуации реализует информирующую функцию. Нарративное текстовое пространство характеризуется при этом высокой цитатной плотностью. Например, в первые дни после описанного выше инцидента материалы масс-медиа, вне зависимости от жанра, представляли собой пересказ события лишь с некоторыми комментариями. Диалог Дж. Буша и Т. Блэра, состоящий из 44 реплик, был передан с помощью цитат и пересказанной речи. Отметим, что реплики с наиболее релевантным и актуальным, с точки зрения журналистов, содержанием, были переданы *полными* цитатами. Например: *«Perhaps the most enlightening sentence is Bush's succinct summary of how the violence between Lebanon and Israel could be resolved: Bush: **You see, the ... thing is what they need to do is to get Syria, to get Hizbollah to stop doing this shit and it's over**»*. - «Возможно, объясняющей все фразой является краткое заключение Буша относительно того, как может быть прекращено насилие между Ливаном и Израилем: Буш: **Понимаешь, что им нужно, так это заставить Сирию, заставить Хэзболлу прекратить творить все это, и все закончится**» («Guardian», July 17, 2006).

В течение последующих дней цитатная плотность уменьшается, что обусловлено как снижением прагматического потенциала некоторых интертекстуальных включений, так и ограниченностью объема печатного материала. Это приводит к отказу от воспроизведения больших фрагментов цитат в пользу коммуникативно-значимых «осколочных» цитат и аллюзий с последующей интерпретацией содержания. На данном этапе от рецептора требуется включенность в контекст политической ситуации, так как большинство цитат носит аллюзивный характер. Так, например, в аналитической статье *“Russia triumphant”* («Россия победоносная») («The Economist» July 22nd 2006) приводится следующее высказывание: *A rogue microphone later caught Mr Bush telling Mr Blair that “what they need to do is get Syria to get Hizbullah to stop doing this shit”: rumours swirled that Mr Putin had switched it on himself*. - *Неисправный микрофон позднее передал слова г-на Буша г-ну Блэру о том, что «что им нужно, так это вынудить Сирию заставить Хэзболлу прекратить творить это, и все закончится»*. Ходили слухи, что г-н Путин принял это на свой счет. Упоминание о «неисправном» микрофоне и сама цитата (в данном случае сокращенная) требуют от рецептора знания политического контекста, чтобы адекватно оценить степень спровоцированного резонанса и понять причины целой волны слухов и домыслов. Отметим, что реакция российских СМИ на этот инцидент была более сдержанной, о чем свидетельствуют упоминания о нем преимущественно в новостных заметках.

С лингвопрагматической точки зрения особый интерес представляет реализация и дальнейшее использование приветственной фразы, с которой Дж. Буш обратился к Т. Блэру в этом разговоре: “Yo, Blair!” - «Эй, Блэр!». Обращение вызвало неоднозначное отношение, и в первые дни оно приводилось как цитата, реализуя две стратегии: на понижение (с критикой панибратского отношения Дж. Буша к британскому премьеру) и на повышение (в попытке доказать допустимость этого ввиду их близких дружеских отношений). В дни саммита фраза приводилась как цитата, но впоследствии была сокращена до *Yo* и обыгрывалась как аллю-

зия. Например, в статье *"It wasn't the 'Yo' that was humiliating. It was the 'No'"* («Унизительно не «Эй». Унизительно «Нельзя») («The Observer», July 23, 2006) в заголовке приводится «осколочная» цитата 'Yo', а в самом начале текста автор называет встречу в верхах "Yo Summit", что скорее является аллюзией. Очевидно, что уже спустя несколько дней после события детерминированность ассоциаций определяет частотность актуализации цитаты и возможность ее «осколочной» части функционировать в качестве аллюзии.

Что касается российского лингвокультурного сообщества, то рассматриваемый нами прецедентный феномен также получает отражение в газетных материалах, но низкая частотность обращения к нему свидетельствует о том, что его коммуникативно-прагматическая и, следовательно, манипулятивная значимость в рамках отечественной лингвокультуры минимальна. Закрепленность рассматриваемой единицы в социокультурной памяти общества подтверждается ее актуализацией спустя значительный срок уже в рамках нарратива саммита в 2007 году. Например, в статье *"His last chance to make a difference"* («Его последний шанс оказать влияние»), определяя отношение мировых лидеров к Тони Блэру, автор обращается к аллюзии, иронично характеризуя отношение к нему американского президента Дж. Буша.

Ms Merkel likes him and he was first to visit the victorious Mr Sarkozy who used to pop in for chats at No 10 when he was interior minister. Relations with Moscow are less than terrific, but that's standard. As for George Bush, well, it was at a G8 that he gave his famous "Yo Blair" greeting («The Guardian», June 6, 2007). - Г-жа Меркель симпатизирует ему, именно он был первым, кто посетил победившего г-на Саркози, бывавшего на Даунинг-стрит, 10 в ту пору, когда он занимал пост министра внутренних дел. Отношения с Москвой ужасные, но это в порядке вещей. А что касается Дж. Буша, то как раз на саммите G8 появилось всем известное обращение «Эй, Блэр».

Актуализация аллюзии позволяет буквально одним словом ярко и емко репрезентировать статусно-ролевые отношения двух лидеров. Апелляция, не снабженная какими-либо пояснениями, свидетельствует о закрепленности данной ассоциации у членов лингвокультурного сообщества, в данном случае - мирового.

В свете приведенного нами примера отметим, что Т. Г. Добросклонская предлагает следующую модель движения информации в современных СМИ: отбор фактов → освещение событий → создание образа → формирование стереотипа → культурно-идеологический контекст [Добросклонская 2005: 195]. На примере становления рассмотренного выше прецедентного феномена возможно восстановить цепочку, состоящую из следующих звеньев: отбор фактов (персуазивное информирование) → формирование общественного мнения → навешивание ярлыка → формирование социокультурной памяти.

Согласно представленной последовательности, персуазивное информирование, основанное на фокусировании внимания на определенном образом подобранных или истолкованных фактах, способствует, на наш взгляд, формированию общественного мнения. Далее происходит стереотипизация восприятия определенной ситуации и в зависимости от степени ее релевантности пополнение социокультурной памяти общества.

Список использованной литературы

1. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). - Изд. 2-е, стер. - М.: УРСС, 2005. - 288 с.
2. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. - М.: Наука, 1987. - 263 с.

АКТУАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ «АУТЕНТИЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ» В ОБУЧЕНИИ УСТНОМУ ИНОЯЗЫЧНОМУ ОБЩЕНИЮ

Матухин Д. Л.

Томский политехнический университет

Вопрос относительно обучения устному иноязычному общению, а именно восприятию, пониманию и передачи на слух иноязычной речи, содержащей незнакомые лексические единицы, требует решения целого комплекса задач, и, в частности, определение характера текстового, аудио- и видеоматериала, на котором должно проходить обучение, отбора и методики выполнения упражнений, в которых должны быть учтены все условия, обеспечивающие понимание таких сообщений.

Проблема аутентичных материалов, используемых в обучении иностранным языкам, вызывает много разногласий сама по себе. Само понятие аутентичных материалов появилось в методике не так давно, что связано с современной постановкой целей обучения иностранному языку.

В настоящее время выделилось несколько подходов к определению сущности аутентичных материалов. К. С. Кричевская дает определение аутентичным подлинным литературным, фольклорным, изобразительным, музыкальным произведениям, предметам реальной действительности, таким как одежда, мебель, посуда и их иллюстративным изображениям, выделяя материалы повседневной и бытовой жизни в самостоятельную группу: прагматических материалов (объявления, анкеты-опросники, вывески, этикетки, меню и счета, карты, рекламные проспекты по туризму, отдыху, товарам, рабочим вакансиям и пр.), которые по доступности и бытовому характеру применения представляются довольно значимыми для создания иллюзии приобщения к среде обитания носителей языка и считает, что их роль на порядок выше аутентичных текстов из учебного пособия, хотя они могут уступать им по объему [Кричевская 1996: 47].