УДК 81'373.612:316.346.2:070.4
ББК 81.053
К 65

Копоть Л.В.
Адыгейский государственный университет, г. Майкоп, Россия, kopot79@mail.ru

Модификация гендерно маркированных прецедентных феноменов в медийном дискурсе

(Рецензирована)

Аннотация.
Рассматриваются прецедентные феномены, представленные в прессе, ориентированные на мужские и женские ценности с учетом социальных факторов, а также модификации гендерно маркированных прецедентных феноменов. Выявляются реконструированные стереотипы, отражающие этногендерную картину мира отечественного этноса. Делаются выводы об активной роли трансформированных прецедентных феноменов, актуализирующих внимание читателей к гендерным проблемам в российской среде и репрезентирующих этнокультурные взгляды субъектов, преломленные сквозь призму конкретной общности, и социокультурные ценности, отражающие дифференциацию полов. Актуальность – в том, что динамические изменения в жизни способствуют поиску журналистами новых форм, способных привлечь внимание читателя к социальным проблемам, а развитие общества начала XXI столетия способствует эволюции отдельных гендерных стереотипов. Ими являются некие социокультурные компоненты, хранящиеся в памяти мужчин и женщин и фиксирующие действительность. Исследование медийного дискурса предопределило применение методов сплошной выборки, контекстного анализа, аналитико-описательного. Материалы исследования могут быть применены при чтении спецкурсов по социолингвистике, медиалингвистике.

Ключевые слова:
прецедентность, языковая игра, медиадискурс, гендерная маркированность, гендерные стереотипы

Kopot L.V.
Adyghe State University, Maykop, Russia, kopot79@mail.ru

Modification of gender-marked precedent phenomena in media discourse

Abstract.
The article explores precedent phenomena in the press focused on male and female values, taking into account social factors, as well as modifications of gender-marked precedent phenomena. Reconstructed stereotypes are revealed, reflecting the ethnogender picture of the world of the domestic ethnos. Conclusions are drawn about the active role of transformed precedent phenomena that attract readers' attention to gender problems in the Russian environment and represent the ethnocultural views of subjects refracted through the prism of a particular community, and socio-cultural

values reflecting gender differentiation. The relevance is that dynamic changes in life contribute to the search by journalists for new forms that can draw the reader's attention to social problems, and the development of society at the beginning of the 21st century contributes to the evolution of individual gender stereotypes. They are some sociocultural components stored in the memory of men and women and fixing reality. The study of media discourse predetermined the use of continuous sampling, context analysis, analytical and descriptive methods. Research materials can be applied in reading special courses in sociolinguistics and medialinguistics.

Keywords:

Precedence, language game, media discourse, gender markings, gender stereotypes

Вслед за О.В. Лисоченко, под языковой игрой, понимаем «преднамеренное, нарочитое использование нормативных языковых средств и языковую игру в виде апелляции к прецедентным текстам, а также языковую игру как сознательное отступление пишущего от языковой нормы» [1]. В рамках нашего исследования рассматриваем ее разновидность – модифицированные прецедентные феномены, ярко проявляющиеся в медийном дискурсе и становящиеся объектом пристального внимания лингвистов: Ю.Н. Караулова, А.Е. Супруна, В.Г. Костомарова, М.А. Соболевой, О.В. Лисоченко, В.В. Красных, Д.Б.Гудкова, Е.А.Земской и др.

Согласно Д.Б. Гудкову, прецедентный текст – это «законченный самодостаточный продукт речемыслительной деятельности, полипредикативная единица, сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу» [2: 148]. В данной работе понимаем прецедентные феномены в широком смысле и к ним относим пословицы, поговорки, фразеологизмы и устойчивые выражения, прозаические цитаты; строки из известных песен; названия кинофильмов и художественных произведений.

Объект нашего исследования – заголовки статей общественно-политического периодического издания «Российская газета» за 2019-2020 гг. Предмет исследования – модифицированные гендерно маркированные прецедентные тексты, посредством которых привлекается внимание общества к актуальным проблемам. Показательно, что в результате перефразирования известной цитаты «структура привычного высказывания при этом сохраняется, однако заставляет читателя актуализировать культурную компетенцию, что, в свою очередь, повышает работу когнитивных речемыслительных механизмов памяти реципиента [3: 38].

Гендер – «конвенциональный идеологический конструкт» [4: 3-4] – в любой лингвокультуре диктует мужчинам и женщинам определенные правила, которым они должны следовать в соответствии с тем, что им «приказано» гендерной и этнической идентичностью. Специфика медийного дискурса позволяет своевременно отражать социальные изменения в обществе, становящиеся фундаментом для гендерной интерпретации в виде смены гендерных ролей и норм. Соответственно модифицированные прецедентные феномены посредством гендерных стереотипов, маркированной лексики формируют этногендерную картину мира – «сложное взаимодействие двух ментальных структур, одна из которых определяет этнокультурные представления, преломленные сквозь призму конкретной общности, другая - социокультурные ценности, отражающие дифференциацию полов» [5: 184].

В результате исследования установлено, что модификация прецедентных феноменов сопровождается следующими приемами замены, усечения и добавления компонентов.

Смысловая трансформация при неизменном лексическом составе:

Лучше для мужчины нет (Может ли бронежилет спасти жизнь при теракте) [«РГ», с. 22, 20.03.2019]. Журналист выносит в заголовок известный в России в 90-х годах рекламный слоган, продвигающий бритвы фирмы «GILLETTE»: *«Gillette – лучше для мужчины нет»*. Далее автор поднимает проблему безопасности сотрудников, рассуждая о том, возможно ли защитить жизнь во время взрыва при помощи бронежилета. Показательно, что лексема *бронежилет* имплицитно созвучна иноязычной номинации *Gillette*. С.В. Ильясова отмечает, что современная реклама «сама может быть источником появления прецедентных рекламных текстов». Подобные тексты, по ее мнению, активно употребляются в разговорной речи молодежи, а иногда они же встречаются уже и в СМИ [6: 252].

Мальчики налево, девочки направо (В Сочи учат школьников раздельно) [«РГ», с. 8, 23.09.2019]. Обычай разделения мужчин и женщин существует и сегодня в некоторых церковных общинах. Женщины стоят раздельно от мужчин, чтобы меньше отвлекаться во время Богослужения. В разговорном языке подобное выражение употребляют чаще всего во время остановки автобуса, на площадке, не оборудованной местами общего пользования. В данном заголовке речь идет об эксперименте раздельного обучения девочек и мальчиков в одной из школ города Сочи. Название актуализирует гендерное различие полов, которое в педагогике способствует многолетним дискуссиям относительно коллективного обучения, что, в свою очередь, связано с физиологическими и психическими особенностями мужчин и женщин в восприятии, понимании, запоминании материала.

Наиболее распространена лексическая субституция – замена компонента исходного высказывания:

Мэри Поппинс на час [«РГ», с. 5, 29.04.2019]. Все помнят музыкальный фильм Леонида Квинихидзе «Мэри Поппинс, до свидания», в котором мы знакомимся со строгой и рассудительной, доброй и милой няней для детей. Автор, употребив прецедентное имя, рассказывает о попытке внедрения проекта в г. Тула по кратковременному присмотру за детьми, а также о легализации рынка этих услуг. Российские мамы, находясь в декретном отпуске, готовы подрабатывать, присматривая несколько часов в день за чужими малышами, тем самым давая возможность таким же мамам быть более задействованными в социальной жизни. Автор замещает лексему *до свидания* на компонент *на час,* тем самым актуализируя внимание читателей на временном отрезке.

Лексическая субституция, сопровождаемая паронимической аттракцией.

Тащите женщину (О популярных приложениях для знакомств, а также о том, чем они опасны) [«РГ», с.5, 12.02.2019]. Название мгновенно актуализирует прецедентный текст *cherchez la femme* (во Франции так говорят о странных, необычных поступках мужчины, отличающихся от его обычного поведения). В переводе с французского дословно означает «ищите женщину», стало устойчивым выражением и в России после фильма режиссера Аллы Суриковой «Ищите женщину». Замена компонента *ищите* на лексему *тащите* с пометой *разг.* создает отрицательную оценочность. Показательно, что при замене одного из компонентов журналист пытается «сблизить» слова, имеющие звуковое сходство (сравни: и*щите*/та*щите*). Автор, который расчитывает на фоновые знания читателя, после такого кроссворда объясняет суть заголовка. Он пишет о популярных приложениях для знакомств, а также о том, чем они опасны. В качестве примера рассказывает о доверчивости женщин, стремящихся любым

путем обрести личное счастье. Героини статьи, столкнувшись с аферистами в онлайн-сервисе, лишаются имущества, а иногда и жизни.

Сравните варианты трансформации данного прецедентного текста: ***Ищите мужчину!*** (Может ли скорая помощь обходиться без санитаров) [«РГ», с.15, 20.11.2019]. В данном случае происходит замена исходного компонента *женщина* на лексему *мужчина*. В итоге наблюдаем гендерную актуализацию, привлекающую внимание к социальным проблемам в обществе. Так, в результате оптимизации в области здравоохранения были сокращены ставки санитаров, что сделало практически невозможным транспортирование тяжелобольных людей. Поэтому врачи скорой помощи предлагают искать испуганным, несчастным родственникам пациента мужчин, которые смогут поместить больного в реанимобиль.

Исходное и производное выражения находятся друг с другом в отношениях антонимии:

Папа ***не*** *может // Папа может* (Суд Техаса запретил отцу препятствовать смене пола его семилетнего сына) [«РГ», с.7, 24.10.2019]. Автор удачно, на наш взгляд, использует прием языковой игры, когда в качестве заголовка цитирует слова из известной юмористической «Песенки про папу» В. Шаинского и М. Танича, тем самым создавая интригу. Наличие отрицательной частицы ***не*** в заголовке замещает исходный смысл на противоположный. Попытки европейцев заменить традиционную дихотомию «мужчина»/ «женщина» приводят к негативным последствиям, в результате чего может пострадать несовершеннолетний ребенок.

Не к лицу? // К лицу (В Японии женщинам запретили на работе носить очки) [«РГ», с.11, 13.11.2019]. Гендерная эволюция в Японии привела к дискриминации женщин, что воплотилось в запрете очков на работе. По мнению руководства, очки – аксессуар, который способствует фантазии мужчины о женщине как объекте сексуального желания. Журналист разрушает мелиоративное устойчивое выражение *быть к лицу* с пометой *разг.* в значении «подходит, идёт кому-либо (об одежде, причёске)», добавляя отрицательную частицу, тем самым исходное и производное выражения погружает в отношения антонимии.

Модификация, направленная на изменение интонации в конце высказывания, что вызывает определенные смысловые смещения:

Папа сможет? (Родителей пригласили в школу воспитания) [«РГ», с.12, 9.08.2019]. В статье идет речь о курсах для отцов, воспитывающих сыновей. Там же поднимается проблема «правильного» воспитания мальчиков. К сожалению, в России не решен вопрос гендерного дисбаланса педагогических кадров в системе образования. Социализация подростков оказывается не полной, образцов мужской самоидентификации у мальчиков, как правило, немного. В российской семье воспитанием парней чаще занимаются мамы. Вопросительный знак в конце предложения позволяет проблему гендерного обучения, озвученную журналистом, сделать дискуссионной.

Синонимические трансформации, в основе которых одна модель прецедентного текста:

Папа может //Папа ***сможет?*** *// Папа* ***не*** *может*

Ищите женщину//Тащите женщину//Ищите ***мужчину***

Лексическая трансформация, связанная с изменением лексического состава, сопровождающаяся, как правило, трансформацией смысла:

Слабости сильного пола [«РГ», с. 24, 7.05.2019]. В результате языковой игры журналиста устойчивое выражение *сильный пол* соотносят гендерно с маскулинным типом, воплощающим силу, мужество, выносливость, защиту. Фраза приобретает добавочный компонент

слабости, семантически противопоставляемый лексеме *сильный.* Из содержания статьи узнаем, что в Астраханской области мужчины чаще забывают о долгах, чем женщины. Слабость в данном сочетании звучит как оксюморон. Автор иронизирует по поводу такой забывчивости, рассеянности, качествам, гендерно предписываемых традиционно женщинам. Однако реальность демонстрирует эволюцию такого стереотипа относительно долгов. Именно женщины оказываются более ответственными, обязательными, порядочными в отношении возврата денежных средств [7:133].

Прием усечения последнего компонента исходного текста:

Одиноким предоставляется (В Италии открываются приюты для разведенных мужчин) [«РГ», с.11, 13.11.2019]. В основе данного заголовка лежит название отечественного художественного фильма «Одиноким предоставляется общежитие», поставленного режиссером С. Самсоновым в 1983 году. В свободное от работы время главная героиня, которая живет в женском общежитии текстильного комбината, устраивает судьбу одиноких подруг. Благодаря Вере Голубевой многие девушки обрели семейное счастье. В нашем случае журналист, «играя», привлекает внимание к совершенно иной ситуации: в Италии государство полностью оказывается на стороне женщин в случае, если мужчина хочет развестись. Согласно действующему в стране закону он оставляет жене все имущество, несет немалые материальные потери, в результате оказывается бездомным. Таким образом, итальянские законодатели попытались облегчить положение разведенных мужчин, предоставив им приюты.

Итак, современные российские газеты активно используют феномен прецедентности, конкурируя между собой в погоне за свежестью, необычностью форм. Прецедентные модификации актуализируют внимание читателей, активизируя коммуникативные отношения с автором, привлекают внимание к гендерным проблемам в обществе, отражая этногендерную картину мира, реализующуюся в этнокультурных представлениях, преломленных сквозь призму конкретной общности и социокультурных ценностях, отражающих дифференциацию полов.

Примечания:

1. Лисоченко Л.В., Лисоченко О.В. Языковая игра на газетной полосе (в свете металингвистики и теории коммуникации). Языковая игра как феномен современной русской речи. URL://www.rusword. org/ (дата обращения: 5.10.2020).

2. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. Москва, 2003. 288 с.

3. Копоть Л.В. Лексические особенности рекламного парфюмерного дискурса как средство конструирования гендерных стереотипов // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. Майкоп, 2019. Вып. 2. С. 34-40.

4. Гриценко Е.С. Язык. Гендер. Дискурс. Н. Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2005. 267 с.

5. Копоть Л.В. Репрезентация этногендерной картины мира в профессиях и должностях древнерусского языка // Известия Волгоградского государственного социально-педагогического университета. 2020. № 1. С. 183-187.

6. Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. Москва: Флинта: Наука, 2009. 295 с.

7. Копоть Л.В. Прецедентные тексты в медиадискурсе и их роль в актуализации гендерных стереотипов // Вестник Тверского государственного университета. Тверь, 2020. № 4. С. 129-136.

References:

1. Lisochenko L.V., Lisochenko O.V. Language game on a newspaper page (in the light of metalinguistics and communication theory). Language game as a phenomenon of modern Russian speech. URL: //www.rusword. org / (date of access: 5.10.2020).

2. Gudkov D.B. Theory and practice of intercultural communication. Moscow, 2003. 288 pp.

3. Kopot L.V. Lexical features of advertising perfume discourse as a means of construction of gender stereotypes // Bulletin of the Adyghe State University. Ser.: Philology and the Arts. Maikop, 2019. Iss. 2. P. 34-40.

4. Gritsenko E.S. Language. Gender. Discourse. N. Novgorod: Publishing house of NNSU of N.I. Lobachevsky, 2005. 267 pp.

5. Kopot L.V. Representation of the ethnogender world picture in the names of the professions and posts of the Old Russian language // News of Volgograd State Social and Pedagogical University. 2020. No. 1. P. 183-187.

6. Ilyasova S.V., Amiri L.P. A language game in the communicative space of media and advertising. Moscow: Flinta: Nauka, 2009. 295 pp.

7. Kopot L.V. Precedent texts in media discourse and their role in foregrounding gender stereotypes // Bulletin of Tver State University. Tver, 2020. No. 4. P. 129-136.