

Гурова Ирина Владимировна

ГЕЙТ-ОБРАЗОВАНИЯ В ЗАГОЛОВКАХ МЕДИАТЕКСТОВ

В статье в рамках антропоцентрической парадигмы на материале собранной автором методом сплошной выборки картотеки заголовочных наименований рассматривается роль окказионализмов с суффиксоидом -гейт в организации коммуникативного взаимодействия адресанта и адресата медиатекста; анализируются актуализируемые ими прецедентные явления: дается характеристика групп прецедентных имен, входящих в гейт-образования; исследуются источники прецедентных высказываний и прецедентных ситуаций.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/1-1/26.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 1(67): в 2-х ч. Ч. 1. С. 88-91. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/1-1/

© 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: phil@gramota.net

6. Keller G. Das Sinngedicht. Gesammelte Werke. Berlin, 1881. Bd. I. 431 S.
7. Klüge-Götze. **Etimologisches Wörterbuch der deutschen Sprache**. 16 Aufgabe. Berlin, 1921. 510 S.
8. Leibniz G. W. Unvorgreifliche Gedanken Betreffend die Ausübung und Verbesserung der Teutschen Spach., in Deutsche Schriften / hrsg. von G. E. Guhrauer. Berlin, 1838. 229 S.
9. Trübners **Deutsches Wörterbuch** / herausgegeben von A. Götze. Berlin, 1939-1957. 510 S.

**PROFESSIONAL VOCABULARY AS ONE OF THE SOURCES TO REPLENISH THE LITERARY
GERMAN LANGUAGE (BY THE MATERIAL OF MINING VOCABULARY)**

Gulyaeva Tat'yana Petrovna, Ph. D. in Culturology, Associate Professor
Steshina Elena Gennad'evna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Penza State University of Architecture and Civil Engineering
guljaewa@mail.ru; celesta77@rambler.ru

The article is devoted to studying the special terminological vocabulary which is located in the periphery zone and has a limited sphere of use due to its special function. Having analyzed the German National Corpus the authors conclude that professional vocabulary influences cardinally the colloquial vocabulary which is manifested in the numerous cases of professional terms going beyond the strict limits of professional environment and appearing as colloquialisms.

Key words and phrases: national language; literary language; dialect vocabulary; lexical groups; terminology; professional vocabulary.

УДК 81'42

В статье в рамках антропоцентрической парадигмы на материале собранной автором методом сплошной выборки картотеки заголовочных наименований рассматривается роль окказионализмов с суффиксоидом -гейт в организации коммуникативного взаимодействия адресанта и адресата медиатекста; анализируются актуализируемые ими прецедентные явления: дается характеристика групп прецедентных имен, входящих в гейт-образования; исследуются источники прецедентных высказываний и прецедентных ситуаций.

Ключевые слова и фразы: гейт-образования; медиатекст; заголовок медиатекста; антропоцентризм; прецедентное имя; прецедентная ситуация; прецедентное высказывание.

Гурова Ирина Владимировна

Самарский государственный социально-педагогический университет
gurovaiv2009@yandex.ru

ГЕЙТ-ОБРАЗОВАНИЯ В ЗАГОЛОВКАХ МЕДИАТЕКСТОВ

Современная лингвистическая концепция рассматривает медиатекст, областями бытования которого признаются журналистика, PR и реклама, как «динамическую сложную единицу высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций» [20, с. 13]. Очевидно, что термин *медиатекст* и термины *публицистический текст*, *журналистский текст*, *газетный текст*, *рекламный текст*, *PR-текст*, *теле- и радиотекст*, *текст интернет-коммуникации* и др. находятся в гиперогипонимических отношениях.

Предметом настоящего исследования являются заголовки журналистского медиатекста (газетных статей, интернет-СМИ, телепередач, текстов в веблотах), содержащие *гейт-образования* – окказионализмы с суффиксоидом *-гейт* [14, с. 362]. Тематический диапазон названных произведений речетворческого процесса достаточно широк: политика; наука и образование; спорт; культура; экономика. Составленная нами картотека заголовочных наименований текстов интернет-СМИ и веблотов на русском языке за 2000-2016 гг. насчитывает 178 примеров. Цель статьи – охарактеризовать роль *гейт-образований* в заголовках для организации коммуникативного взаимодействия адресанта и адресата.

В настоящее время в лингвистической науке, по словам Е. В. Абрамовских, Е. П. Иванян и О. И. Кальной, становится ведущей идея рассмотрения языка и человека в неразрывном единстве: «... во главу угла... поставлен антропоцентризм» [1, с. 264]. Антропоцентрическая научная парадигма, как подчёркивает Е. С. Кубрякова, исходит из того, что человек – «центральное и универсальное понятие как концептуальной, так и языковой модели мира, носитель общественных отношений и существо биологическое, центр всей вселенной» [8, с. 212]. С одной стороны, человек смотрит на мир через призму языка, а с другой – изменение самого языка находится в зависимости от происходящих в обществе трансформаций, круга потребностей и интересов человека.

С позиций антропоцентризма особое звучание приобретает проблема изучения взаимодействия автора и адресата через медиатекст. И адресант, и адресат рассматриваются как участники творческой дистантной коммуникативной деятельности: журналист разрабатывает коммуникативные стратегии, задача же адресата – понять авторский замысел и правильно интерпретировать текст.

Исследования последних лет [9; 17; 22; 23] показали, что заголовок, будучи важнейшим структурным элементом медиатекста (сильной позицией), отличающимся от заглавия художественного произведения соотношением не только с текстом, но и с внешним миром [6; 7], выполняет помимо традиционной номинативно-информативной и ряд других взаимосвязанных функций: воздействующую, оценочную, аттрактивную, прогностическую и др. Реализации этих функций, по нашему мнению, во многом способствует распространение журналистами в заголовочных наименованиях фрагментов с явлениями прецедентности, которые обращаются к фоновым знаниям, находящимся в «культурной памяти» как отдельной языковой личности, так и всего языкового сообщества, и связанным с ними ассоциациям.

Согласно коммуникативной стратегии адресанта, использованные в заголовках *гейт*-образования должны представлять собой хранящееся в сознании адресата «свернутое сообщение» о прецедентной («эталонной», «идеальной», включающей набор коннотаций и оценку) ситуации (ПС) – политическом скандале в США в начале 70-х гг. XX века, имеющем катастрофические последствия: впервые в истории страны ее президент досрочно прижизненно прекратил исполнение своих обязанностей. Означающим этой ПС стало прецедентное имя (ПИ) *Уотергейт* – название washingtonского гостиничного комплекса, где располагался предвыборный штаб кандидата в президенты от Демократической партии Джорджа Макговерна. В здании были задержаны пять человек, связанных, по некоторым данным, с администрацией Р. Никсона, занимающихся настройкой подслушивающей аппаратуры. Слово «Уотергейт», а затем и отделившийся от него компонент *гейт* стали употребляться в значении «скандал».

Заметим, что *гейт*-образования в рассматриваемом элементе медиатекста могут содержать и другие ПИ, представленные антропонимами (88%) и топонимами (12%).

Охарактеризуем самую частотную группу ПИ – антропонимы. Это имена и фамилии политических и общественных деятелей (86%): *Бастрыкин*, *Коломойский*, *Кучма*, *Ельцин* и др.; людей, находящихся с ними рядом (7%): *Моника* (Левински); деятелей шоу-бизнеса (7%): *Бейонсе*.

Группу ПИ-топонимов составляют астионимы (92%): *Самара*, *Челябинск* и др.; урбанонимы (8%): *Кремль*.

С точки зрения функционирования в заголовках ПИ можно разделить на две группы.

1. ПИ, функционирующие экстенционально, указывающие непосредственно на денотат:

(1) *Что и кто стоит за «Кучмагейтом»* [15]? Леонид Кучма – известный политический деятель, президент Украины в 1994–2005 гг. Газетный текст с таким заголовком повествует о политической ситуации в стране: разгоревшемся скандале, связанном с убийством журналиста Г. Гонгадзе и обнародованием в парламенте записей бесед на эту тему Л. Кучмы с влиятельными людьми.

(2) *«Сноуденгейт» продолжает набирать обороты* [19]! В заметке рассказывается о мировом скандале с обнародованием секретных материалов бывшим консультантом Агентства национальной безопасности США Эдвардом Сноуденом, чье имя стало общеизвестным благодаря частому появлению в медиатекстах.

(3) *«Моникагейт»: десять лет спустя* [13]. Автор текста рассуждает о влиянии скандала с президентом США Биллом Клинтоном и стажёром Белого дома Моникой Левински на судьбы всех его участников.

2. ПИ, функционирующие интенционально, являющиеся языковыми репрезентациями осуществляемого журналистами процесса концептуализации и оценки действительности.

Так, о подлинной демократизации российского общества свидетельствует факт опубликования медиатекстов под такими заголовками: (4) *«Путингейт» или Выборы по “демоКРАНТЬчески”...»* [10]; (5) *Чертов Путин. Без гнева и пристрастия: Путингейт* [11]; (6) *Путингейт: в Дагестане убит глава УВД Махачкалы* [18].

Гейт-номинация в (4–6) содержит ПИ *Путин*, но в соответствующих статьях и заметках не идет речь о каких-либо скандалах, связанных с Президентом Российской Федерации. Оппозиционно настроенные журналисты исходят из ложной установки «во всем виноват Путин», поэтому анализируемое ПИ кодифицирует в текстах такие негативные общественно-политические явления, как фальсификация выборов в (4); тяжелая ситуация на Украине в (5); неспособность власти контролировать ситуацию на национальных окраинах в (6), в то время как в сознании большей части носителей русского языка, по данным экспериментов, ПИ *Путин* вызывает ассоциаты, передающие положительную оценку: борьба с коррупцией, возрождение России, защита национальных интересов, вертикаль власти и др. [2].

Осуществленный нами анализ показал, что *гейт*-номинация может выступать актуализатором других прецедентных явлений. Так, экспрессивное бинарное заголовочное наименование может содержать: а) *гейт*-образование и прецедентное высказывание (ПВ) – «законченную и самодостаточную единицу, которая может быть или не быть предикативной; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу» [4, с. 83]; б) *гейт*-образование и отсылку к ПС.

Заметим, что все представленные в заголовках прецедентные явления не только привлекают внимание реципиента, побуждая познакомиться со всем текстом, но и занимают главенствующее положение в структурной, смысловой и эстетической организации продукта речевой деятельности.

Нами выделены источники ПВ и ПС.

1. Священные писания еврейской и христианской религий. Так, пафос политической статьи в одном из интернет-журналов задан в заголовке с помощью антитезы – стилистической фигуры, строящейся на противопоставлении понятий, явлений, признаков: (7) *«Уотергейт» и “Сноуденгейт”: сходство и отличия... 40 лет блуждания по пустыне в поисках демократии...»* [12]. Название содержит трансформированное описание ПС – хождения Моисея с еврейским народом по Синайской пустыне в течение 40 лет. Эта ПС помогает автору сопоставить итог одного и того же промежутка времени: Моисею за четыре десятилетия удалось «выветрить» из своего народа воспоминания о рабстве, а за 40 лет, прошедших после «Уотергейта»,

демократия в Америке не смогла доказать свое торжество: «Сноуденгейт» продемонстрировал возросшие масштабы незаконного вторжения в жизнь членов мирового сообщества.

2. Мифология. Озаглавливая текст (8) «Сноуденгейт: как победить дракона» [21], журналист актуализирует миф многих народов об освобождении похищенных людей или обретении сокровища после убийства героем или божеством дракона. Мотив сражения с драконом имел широкое распространение в фольклоре и литературе (например, легенда о победе над драконом святого Георгия). В конце статьи автор возвращается к заголовку и высказывает мысль о том, что Эдвард Сноуден поставил важный вопрос: нужно ли превратиться в дракона (стать злом), чтобы победить дракона (зло)? Кто он: герой, борющийся с тотальным вмешательством Америки во все сферы жизни человечества, или предатель своей страны?

3. Фильмы. Статья М. Волихамова в интернет-газете «Троицкий вариант», повествующая о различных аспектах вовлеченности одного из ведущих вузов страны в «производство» фальшивых диссертаций, озаглавлена (9) «МГУ и диссергейт: опасные связи» [3]. «Опасные связи» – название эпистолярного романа Шодерло де Лакло, но подлинным источником прецедентности, как мы предполагаем, является более известный массовой аудитории созданный на его основе фильм, подтверждением чему может служить исследование П. С. Ивановой и Е. П. Иванян: «Прецедентные имена приходят в современный русский дискурс не из книг, а при преобразовании книг в фильмы, мультфильмы, обсуждение в СМИ» [5, с. 115].

4. Публицистические тексты. ПВ в заголовке (10) «Путингейт или “низы не хотят”?» [16] узнаваемо всеми, кто получил образование в советскую эпоху. Штудирование статей В. И. Ленина «Крах II Интернационала» и «Детская болезнь левизны в коммунизме» привело к прочному запоминанию признаков революционной ситуации: «верхи не могут», а «низы не хотят...». В размещенном же в сети Интернет тексте происходит трансформация смысла ПВ: «низы не хотят» либеральной революции, им чужды идеи «настоящей демократии».

Подведем итоги исследования. *Гейт*-образование в заголовке выполняет важную роль в организации коммуникативного взаимодействия адресанта и адресата: 1) становится ключевым словом, нередко графически выделенным более крупным шрифтом, помогающим реципиенту медиатекста прогнозировать его содержание: речь пойдет о каком-либо скандальном событии или истории, имеющей катастрофические последствия; 2) имплицитно содержит пейоративную оценку продуцентом текста как самого описываемого события, так и лиц – виновников скандала; 3) актуализирует прецедентные явления, что в конечном итоге способствует возбуждению интереса реципиента и стремлению вступить с автором в своеобразную игру: адресант предлагает языковую загадку, а адресат ищет на нее ответ с опорой на широкий культурный контекст.

Список литературы

1. Абрамовских Е. В., Иванян Е. П., Кальнова О. И. Антропоцентризм в языке и литературе (по итогам научно-методологических конференций и семинаров) // Научный диалог. 2016. № 6 (54). С. 264-267.
2. Алексеева А. А. Политические портреты В. В. Путина и Д. А. Медведева (на материале современной прессы и ассоциативного эксперимента) // Политическая лингвистика. 2012. № 3 (41). С. 64-80.
3. Волихамов М. МГУ и диссергейт: опасные связи [Электронный ресурс]. URL: <http://trv-science.ru/2014/02/25/mgu-i-dissergejt-opasnye-svyazi/> (дата обращения: 17.07.2016).
4. Захаренко И. В., Красных В. В., Гудков Д. Б., Багаева Д. В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. М.: Филология, 1997. Вып. 1. С. 82-103.
5. Иванова П. С., Иванян Е. П. Прецедентные имена собственные в сравнениях из повести Н. Абгарян «Манюня» // Высшее гуманитарное образование XXI века: проблемы и перспективы: материалы 10-й Международной научно-практической конференции. Самара: СГСПУ, 2015. С. 113-117.
6. Ильясова С. В. Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростов. ун-та, 2002. 359 с.
7. Кожина Н. А. Заглавие художественного произведения: онтология, функции, параметры типологии // Проблемы структурной лингвистики / под ред. В. П. Григорьева. М.: Наука, 1988. С. 167-183.
8. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX века: сб. ст. М.: Рос. гос. гуманит. ун-т, 1995. С. 144-238.
9. Лисоченко О. В. Риторика для журналистов: прецедентность в языке и в речи. Ростов-на-Дону: Феникс, 2007. 320 с.
10. Марков А. «Путингейт» или «Выборы по демоКРАНТЫчески»... [Электронный ресурс]. URL: <http://maxpark.com/user/2101791858/content/860365> (дата обращения: 19.08.2016).
11. Марплс Д. Чертов Путин. Без гнева и пристрастия: Путингейт [Электронный ресурс]. URL: <http://worldcrisis.ru/crisis/1639304> (дата обращения: 14.07.2016).
12. Минин Д. «Уотергейт»: сходство и отличия... 40 лет блуждания по пустыне в поисках демократии... [Электронный ресурс]. URL: <http://www.discred.ru/news/2013-07-17-3425> (дата обращения: 17.07.2016).
13. «Моникагейт»: десять лет спустя [Электронный ресурс]. URL: <http://obozrevatel.com/news/2008/1/26/213731.htm> (дата обращения: 18.07.2016).
14. Отин Е. С. Словарь коннотативных собственных имен. М.: ООО «АТемп», 2006. 440 с.
15. Прокопчук С. Что и кто стоит за «Кучмагейтом»? [Электронный ресурс]. URL: http://www.trud.ru/article/30-01-2001/18714_что_и_кто_stoit_za_kuchmagejtom.html (дата обращения: 22.08.2016).
16. Путингейт или «низы не хотят»? [Электронный ресурс]. URL: <http://natpuot-cccp.livejournal.com/141269.html> (дата обращения: 19.08.2016).
17. Пучкова Е. В. Функционирование прецедентных феноменов в газетных заголовках [Электронный ресурс] // Ученые заметки ТОГУ. 2013. Т. 4. № 4. URL: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2014/TGU_4_375.pdf (дата обращения: 15.05.2016).
18. Скальский А. Путингейт: в Дагестане убит глава УВД Махачкалы [Электронный ресурс]. URL: <http://newsbabr.com/msk/?IDE=83811> (дата обращения: 17.07.2016).

19. «Сноуденгейт» продолжает набирать обороты! [Электронный ресурс]. URL: <http://cycato.livejournal.com/63397.html> (дата обращения: 16.07.2016).
20. **Современный медиатекст**: учеб. пособие / отв. ред. Н. А. Кузьмина. М.: ФЛИНТА, 2014. 416 с.
21. **Соловьев В.** Сноуденгейт: как победить дракона [Электронный ресурс]. URL: <http://oko-planet.su/politik/politiklist/199178-snoudengeyt-kak-pobedit-drakona.html> (дата обращения: 30.07.2016).
22. **Чернобриец С. Г.** Газетные заголовки как средство достижения коммуникативно-прагматических целей // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2015. Т. 1 (67). № 2. С. 110-116.
23. **Шумилова А. В.** Структура и функции индивидуально-авторских образований в газетном заголовке // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2011. № 4: в 5-ти частях. Ч. 1. С. 343-349.

DERIVATIVES WITH THE SUFFIX *-GATE* IN MEDIA HEADLINES

Gurova Irina Vladimirovna

Samara State University of Social Sciences and Education
gurovaiv2009@yandex.ru

Within the framework of anthropocentric paradigm, by the material of author's headline collection gathered by the continuous sampling method the article examines the role of occasionalisms with *-gate* suffix in organizing the communicative interaction between the addresser and addressee of a media-text; the author analyzes the precedent phenomena actualized by the mentioned lexical units, characterizes the precedent name groups included into *gate*-forms, and identifies the sources of precedent statements and precedent situations.

Key words and phrases: *gate*-forms; media-text; media headline; anthropocentricity; precedent name; precedent situation; precedent statement.

УДК 811.112.2

В статье рассматривается репрезентация интеллектуальных качеств человека в немецких поговорках и антипословицах. В паремииологическом фонде немецкого языка можно обнаружить как устоявшиеся паремии, отражающие представления немецкого этноса о системе интеллектуальных качеств человека, их оценки (критериев оценки), так и их дополнение посредством антипословиц, обусловленное новыми социально-политическими, экономическими, образовательными условиями. Сосуществование противоположных толкований в паремиях и антипословицах в рамках одной лингвокультуры объясняется не обязательностью отражения паремиями общепринятой установки относительно разных явлений действительности.

Ключевые слова и фразы: паремии; антипословицы; наивная картина мира; детерминанты культуры; константы антропоцентрической парадигмы.

Демидкина Екатерина Александровна, к. филол. н.
Воронежский государственный педагогический университет
demmidkina@yandex.ru

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ КАЧЕСТВ ЧЕЛОВЕКА В НЕМЕЦКИХ ПАРЕМИЯХ И АНТИПОСЛОВИЦАХ

Изучение пословично-поговорочных изречений имеет довольно длительную традицию, восходящую к работам таких лингвистов, как А. А. Потебня, Ф. И. Буслаев, Г. Л. Пермяков, А. Д. Райхштейн, В. М. Мокиенко, Г. Бургер, Й. М. Зайлер [2; 3; 4; 5; 6; 7; 9; 11] и др. Й. Зайлер отмечает особую природу пословиц, называя их кладезем мудрости и ума, которому не страшны никакие веяния времени, поскольку пословицы «омолаживаются» в каждой голове человека, изрекаются в каждом человеческом сердце, и которому не требуется защита от времени. Потому что пословицы всех народов, в конечном счете, представляют собой истину, которая записана природой и разумом в человеческих сердцах [11, S. 16].

А. Д. Райхштейн разграничивает в корпусе паремий пословицы и поговорки. Пословицы отличаются обобщающим характером значения, иногда объективной оценкой, предписанием, что приводит к назидательному смыслу пословицы. Поговорки используются для характеристики конкретной ситуации, причем сопровождаются субъективной оценкой явления [7].

По мнению Г. Бургера, поговорка представляет собой застывшие, «окаменевшие» народные обычаи, подлежащие языковой и культурно-исторической реконструкции [9, S. 7].

А. А. Потебня полагал, что особенность пословицы в лаконичной форме выступать сентенциями, «служить ответом на запросы, возникающие по поводу отдельного сложного случая» [6, с. 109], что осуществляется на основе использования поэтического образа. «Поэтический образ дает нам возможность замещать массу разнообразных мыслей небольшими умственными величинами. Эти относительно небольшие умственные величины каждый раз являются заместителями тех масс мыслей, из которых они возникли и которые вокруг них группировались <...> Этот процесс можно назвать процессом сгущения мысли <...> Ввиду этого можно положительно сказать, что поэтическая деятельность (мысли) есть один из главных рычагов в усложнении человеческой мысли и в увеличении быстроты её движения» [Там же, с. 110].