

ПРЕЦЕДЕНТНІ ІМЕНА В АМЕРИКАНСЬКОМУ МЕДІА ДИСКУРСІ

У статті мова йде про використання прецедентних імен в американському медіа дискурсі. Матеріалом для дослідження стали статті журналів “Time” та “Newsweek” за 2007-2008рр. Розглядається процес актуалізації прецедентного імені в контексті, аналізуються диференційні ознаки прецедентних імен та їх атрибути, реалізація прецедентним іменем більше, ніж одного значення, пов'язаного з ним. На матеріалі прикладів висвітлюються особливості вживання прецедентних імен та робиться спроба з'ясувати прагматичний намір автора при їх використанні.

Ключові слова: *прецедентне ім'я, прецедентний феномен, медіа дискурс.*

The article deals with the use of precedent-related names in the American media discourse. Articles from American magazines “Time” and “Newsweek” (2007-2008) became the material of the research. The process of the actualization of precedent-related names in their context is studied; the differential features of precedent-related names and their attributes and the realization of more than one meaning by one precedent-related name are analyzed. On the basis of the examples the peculiarities of the use of precedent-related names are highlighted and the pragmatic intention of the author is described.

Key words: *intertextual name, intertextual phenomenon, media discourse.*

Прецедентні феномени стали предметом аналізу багатьох лінгвістичних досліджень останніх десятиліть. Термін “прецедентний текст” вперше використав Ю.Н.Караулов у своїй праці «Русский язык и языковая личность» [1]. Згодом цей термін був розширений до поняття “прецедентний феномен”. До вербальних прецедентних феноменів відносять прецедентне ім'я та прецедентне висловлювання, а до тих, що вербалізуються – прецедентний текст

та прецедентна ситуація [2:27]. Серед типів прецедентних феноменів прецедентне ім'я займає особливе місце, оскільки воно здебільшого є стислішим та лаконічнішим, ніж, наприклад, прецедентне висловлювання, в той же час воно несе значну частину додаткової інформації за допомогою посилання на певну історичну чи міфологічну постать, літературного персонажа тощо. Використання прецедентних імен у статтях дозволяє авторам створити додаткові асоціації, які у випадку розпізнавання прецедентного імені спрямовуватимуть читача на те, щоби трактувати зміст статті з певної точки зору. Предметом аналізу статті став американський медіа дискурс, а саме статті з журналів "Time" та "Newsweek". Об'єктом дослідження стали прецедентні імена, виявлені у текстах статей. Під терміном "прецедентне ім'я" розуміємо "індивідуальне ім'я, пов'язане з добре відомим текстом, який здебільшого відноситься до прецедентних, або з прецедентної ситуацією; це певний складний знак, при вживанні якого в комунікації здійснюється апеляція не до власне денотата (референта), а до набору диференціальних ознак цього прецедентного імені" [3:48].

На думку В.В.Красних, у структурі прецедентного імені можна виділити ядро, яке складають диференціальні ознаки, а на периферії – атрибути. Диференціальні ознаки можуть включати характеристику предмета (1) за зовнішністю, (2) за рисами характеру або (3) актуалізуватися через прецедентну ситуацію [3:79-81]. Оцінні ознаки прецедентних імен формують прагматичний компонент значення, який не входить в ядро лексичного значення, а відноситься до тих конотацій, які з певною вірогідністю зв'язуються зі словом як фонова додаткова інформація про денотат [4:8]. У статті робиться спроба аналізу прецедентних імен, диференціальні ознаки яких актуалізуються через прецедентну ситуацію. Крім того, вважатимемо, що крім актуалізації через прецедентну ситуацію актуалізуватися може також прецедентний текст, з якого прецедентне ім'я походить, або ж з яким воно асоціюється.

Основною функцією медіа-дискурсу є вплив на аудиторію через смислову та оцінну інформацію [5]. Медіа-текст є "ідеологічним айсбергом", а якому на

поверхні знаходиться лише верхівка, а більша частина тексту виражена не повністю, а з розрахунком на базові знання адресатів [6:187]. Одним із засобів імпліцитного висловлення інформації є прецедентні феномени, які створюють асоціації з іншими текстами, а також з висловлюваннями про ці тексти чи прецедентні феномени.

Використання прецедентних імен у медіа текстах зумовлюється прагненням автора за допомогою мінімальних засобів створити у читачів мисленнєвий образ. Крім того, мотивацією автора може бути бажання імпліцитно висловити своє ставлення до ситуації, яку він описує. У таких випадках прецедентне ім'я неодмінно нестиме за собою певні асоціації. Наприклад, у статті “In Search of Russia’s Big Idea” про російських бізнесменів та олігархів автор пише: “Yes, *Mammon* is back in Moscow” (Time, December 31, 2007-January 7, 2008). Використовуючи власне ім'я *Mammon*, автор актуалізує прецедентний текст – Новий Заповіт (Matthew 6:24 – No man can serve two masters: for either he will hate the one, and love the other; or else he will hold to the one, and despise the other. Ye cannot serve God and Mammon), а також прецедентну ситуацію, у якій *Mammon* протиставляється Богові, а отже є чимось негативним. Крім того, *Mammon* як прецедентне ім'я неодноразово використовувалось у проміжних інтертекстах, набуваючи додаткових асоціацій, і стаючи символом грошей та багатства як найважливіших речей у житті людини [7]. Використання такого прецедентного імені дозволяє автору досить відкрито заявити про своє ставлення до новітніх процесів, які відбуваються в столиці Російської Федерації.

У статті “No More Mr. Nice Guy” (Newsweek, January 22, 2007) автор описує вплив Російської Федерації на своїх найближчих сусідів та на країни Західної Європи у секторі енергопостачання. Стаття була написана після газового конфлікту між Білоруссю та Росією, в результаті чого країни Європи залишились на деякий час без газових поставок. Згадавши похолодання у стосунках Росії з країнами Європи та своїми найближчими сусідами, автор описує ситуацію такими словами: “The picture, long term, is of a *goliath* that

doesn't quite recognize its days of dominance cannot last.” Таке порівняння Росії з відомим біблійним персонажем допомагає автору підкреслити загальноєвропейське ставлення до Росії – «могутній, недалекоглядний, обмежений велетень». Таким чином, автор, використовуючи добре відомий біблійний епізод битви між Давидом і Голіафом, імпліцитно висловлює свій прогноз розвитку подій.

У статті “Person of the Year Runner-Up: Al Gore”, де мова йде про екологічні ініціативи Альберта Гора, автор порівнює погляди колишнього віцепрезидента США з суспільним ігноруванням екологічних проблем і пише: “*Is he Noah or are we King Canute?*” (Time, December 31, 2007-January 7, 2008). У цьому прикладі реалізуються два прецедентні імені – біблійного пророка Ноя та англійського короля XI століття Кнута. З іменем “*Noah*” асоціюється не лише біблійний міф про порятунок людства від потопу. Ноя також можна назвати першим захисником навколишнього середовища, адже крім порятунку людей він також врятував тваринний світ, взявши на Ковчег по парі кожного звіра (Genesis 5:29). Що ж стосується короля Кнута, це прецедентне ім’я є досить неінформативним для неангломовного читача, проте в англомовних реципієнтів тексту це ім’я викликатиме дві асоціації. По-перше, Король Кнут був королем Данії та Норвегії і прийшов у Англію як завойовник. По-друге, відомою є легенда про те, як король Кнут, бажаючи довести, що все в світі підкорялося йому, спробував наказати морській воді не підніматися, проте рівень води продовжував зростати. В англійській мові ім’я короля Кнута іноді вживається для того, щоб описати когось, хто необдуманно намагається зробити щось неможливе [7]. Таке співставлення у тексті двох прецедентних імен дозволяє автору показати конфлікт та несумісність поглядів захисників навколишнього довкілля та екологічно несвідомого суспільства. За допомогою одного речення та двох прецедентних імен автор реалізує чотири концепції, що асоціюються з цими іменами: порятунок людства та турбота про навколишнє середовище проти загарбництва та необдуманості, безрезультатності власних дій.

З попереднього прикладу видно, що прецедентне ім'я може реалізувати більше, ніж одну асоціацію, пов'язану з ним. Проте іноді в контексті реалізується лише одна ознака прецедентного імені, яка може знаходитись в центрі диференційних ознак або на периферії значення імені. Далі розглянемо два приклади, у першому з яких диференційні ознаки прецедентного імені характеризують предмет за зовнішністю, а в другому – за допомогою додаткових атрибутів. У статті “Our Imaginary, Hotter Selves” про те, як зовнішність людини впливає на її психологічний стан та впевненість у собі, автор пише: “*Anyone, who has ever had a bad hair day, when looking like a latter-day Medusa makes you feel cranky and antisocial and plodding...*” (Newsweek, February 25, 2008). У цьому прикладі автор використав прецедентне ім'я з грецької міфології: Медуза – жінка зі зміями замість волосся. Для наголошення актуалізації прецедентного імені через зовнішність автор використовує вираз “a bad hair day”.

Використання прецедентного імені може актуалізуватися не лише за ознакою зовнішності. Персонаж книги Віктора Гюґо Квазімодо асоціюється, перш за все, з потворністю та горбатістю. Проте у статті “Performances to Watch” про актрису Кейт Бланшет автор описує її таким чином: “*Sucking on cigarettes as if for life support, deflecting intrusive questions with gnomic jokes, hunched over in isolation like Quasimodo...*” (Time, January 21, 2008). У цьому прикладі актуалізується прецедентний текст роману Віктора Гюґо, а також прецедентна ситуація, у якій Квазімодо жив на території собору в ізоляції, майже ні з ким не спілкуючись. Така асоціація знаходиться ближче до периферії диференційних ознак прецедентного імені, і для того, щоби не викликати помилкового тлумачення такого висловлювання (асоціації актриси з Квазімодо за ознакою зовнішності), автор пояснює вибір прецедентного імені лексичними засобами (*hunched over in isolation*).

Твори художньої літератури дали авторам статей немало прецедентних імен, посилання на які дозволяє використовувати мінімальні засоби для створення необхідного стилістичного образу. Ще один приклад використання

прецедентного імені з творів класичної літератури знаходимо у статті “Getting Back to Business” про кандидата у президенти США Мітта Ромні, яка починається реченням “*Until he pulled into his home state of Michigan, Willard Mitt Romney was the Frankenstein monster of the 2008 Republican sweepstakes*”. Диференційною ознакою даного прецедентного імені, запозиченого з книги Мері Шеллі “Frankenstein”, також буде не зовнішність, а риси характеру головного героя. Франкенштейн після свого створення є спокійною істотою, яка через деякий час стає агресивною і нападає навіть на того, хто її створив. За допомогою такого порівняння автор описує ситуацію, у якій спочатку ніхто не сприймав Мітта Ромні як серйозного кандидата від Республіканської партії, проте згодом йому вдалось випередити своїх конкурентів і на час написання статті стати єдиним кандидатом від партії. Що цікаво, далі у статті автор поглиблює цей образ і відтворює прецедентну ситуацію (створення Франкенштейну) з самого роману Мері Шеллі для опису становлення Ромні: “... *at times seemed less like a real person than a strange, inauthentic collection of market research, body parts and DNA that had been borrowed from past GOP campaigns and assembled in a lab by the party’s mad scientists. Romney had the overpowering optimism of Ronald Reagan, the family values of Dan Quayle, the hair and handsome looks of Jack Kemp and manners of George H.W. Bush.*” У цьому прикладі автор не лише обмежився використанням прецедентного імені, а й додав опис Мітта Ромні, який нагадує створення Франкенштейна. Таким чином автор створює комічний образ того, як відбувається процес становлення кандидата у президенти США, а також натякає на певну неприродність таких процесів і, можливо, непередбачувані наслідки.

Прецедентні імена нерідко вживаються у порівняннях, адже здебільшого за прецедентним іменем стоїть певна прецедентна ситуація, і тому автор за допомогою декількох порівнянь може викликати у читача асоціації, пов’язані з джерелом виникнення прецедентного імені. Не всі прецедентні феномени, які використовують автори статей у журналах Time та Newsweek будуть зрозумілі пересічним читачам інших лінгво-культурних суспільств, проте американські

реципієнти зможуть їх легко декодувати та інтерпретувати їх прагматичні функції. У статті “Hand-Tied by the Times” про кандидата у президенти США сенатора Джона МакКейна автор пише, що зараз Джон МакКейн уникає контактів з пресою, тоді як раніше він завжди з готовністю на них йшов: “*McCain was as joyously combative as Popeye and as earnestly confessional as Oprah*” (Newsweek, March 17, 2008). У цьому прикладі використовується ім’я героя коміксів, а згодом і мультиплікаційного фільму моряка Папая (відомого своєю силою, енергійністю та добротою) та ведучої відомого американського ток-шоу Опри Уінфрі, у передачах якої пересічні люди часто емоційно розповідають про свої особисті проблеми. Використання цих двох прецедентних імен створює у читачів образ сильної, справедливої і відвертої людини, якою, на думку автора, колись був Джон МакКейн.

Прецедентні імена часто мають значний прагматичний потенціал, адже вони можуть викликати асоціації не лише з певними прецедентними ситуаціями, а й з прецедентними текстами. У статті “Postcard: North Korea” канадський журналіст, описуючи своє перебування в Північній Кореї в якості туриста, пише, що їхню групу супроводжували корейські військові на всьому, заздалегідь визначеному корейською владою, маршруті їх перебування. Описуючи реакцію західних туристів на такий контроль, автор пише: “*How did we respond to Big Brother?*”. У цьому прикладі використано ім’я персонажа роману Джорджа Оруела “1984” *Big Brother*, який є лідером країни, і хоча його ніхто не бачив, усюди є його зображення зі словами “*Big Brother is watching you*”. Вибравши це прецедентне ім’я, автор прирівнює ситуацію в Північній Кореї, де всюди розміщені зображення та пам’ятники покійному лідеру Кім Іль Сунгу, до суспільства, описаного Оруелом. Таке прецедентне ім’я не лише буде зрозумілим широкому колу читачів, а й підтвердить думку західних суспільств про Північну Корею як тоталітарну країну, у якій все підкоряється невидимому лідеру, якого ніхто не бачив, проте який за всіма слідкує.

Прецедентними іменами можуть ставати не лише назви літературних чи історичних персонажів, а й також імена відомих сучасників. У підзаголовку

статті “Ritzy Business” про заможних іноземців, які викупувають найдорожчі будинки у престижних районах Лондона, “*Keeping up with the Abramoviches*” трансформовано одну з відомих ідіом “*Keeping up with the Joneses*”. Прізвище *Jones* у цьому прикладі було замінене на прізвище російського олігарха, губернатора Чукотки, власника лондонського футбольного клубу “Chelsea” Романа Абрамовича. Така заміна зроблена для того, щоби показати, що сучасна світова бізнес еліта, яка оселяється в Лондоні у зв’язку зі сприятливим податковим законодавством Об’єднаного Королівства, прагне ні в чому не поступатися перед стилем життя відомого російського олігарха. Крім того, якщо в оригінальному варіанті *Jones* було типовим англійським прізвищем, в новій версії воно замінене типово неанглійським прізвищем для того, щоби показати, що в найпрестижніших районах Лондона селяться не англійці, а громадяни інших держав. Цей приклад ілюструє думку про те, що медіа тексти можуть також створювати власні прецедентні феномени, а не лише використовувати уже наявні, адже ім’я Романа Абрамовича популяризується саме засобами масової інформації, як друкованими, так і телебаченням чи радіо.

Прецедентними іменами можуть ставати не лише назви персонажів чи реальних людей, а й назви географічних місцевостей. Назва статті “*Forget Chernobyl*” (Time, February 25, 2008) про зростання зацікавленості багатьох країн світу в атомній енергії звучить доволі насторожено. В англійській мові, як і в українській, “Chernobyl” асоціюється з вибухом на атомній електростанції, який стався тут у 1986 році. Як стверджує В.В.Красних, власна назва “Чорнобиль” «... почала функціонувати як позначення прецедентної ситуації жахливого спустошення і смертельної небезпеки від радіації» [3:95]. Така назва статті слугує певним застереженням та попередженням про можливі наслідки такої політики, якщо не будуть вжиті належні заходи безпеки.

Оскільки прецедентні імена можуть виступати в якості оцінних стереотипів, які включають в себе як власні ознаки, так і стереотипні уявлення про місце об’єкту в ціннісній картині світу [4:8], їх використання в медіа дискурсі дає змогу авторам активувати ці стереотипи та викликати асоціації у

читачів, що призводить до переломлення інтерпретації змісту статті через стереотипну призму автора. Аналіз публіцистичних текстів журналів “Time” та “Newsweek” дає змогу підтвердити думку про те, що прецедентний текст, запропонований журналістом, нав’язує читачеві його уяву про світ [8:402]. Реалізація оцінної функції прецедентних імен спрямована, перш за все, на здійснення прагматичного впливу на реципієнта, на переконання реципієнта у правильності суджень автора. Використовуючи прецедентні імена, автори журнальних статей імпліцитно залучають до арсеналу своїх аргументів асоціації, пов’язані з прецедентним іменем, створюючи, таким чином, ефект більшої авторитетності та переконливості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 288 с.
2. Сергеева Г.Г. Национально-прецедентные имена в восприятии подростков. // Вестник ВГУ, серия лингвистика и межкультурная коммуникация. – Воронеж, 2003. - № 2. – С. 27-34.
3. Красных В.В. Этнопсихолінгвістика і культурологія: Курс лекцій. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284с.
4. Блинова Ю.А. Прецедентные имена собственные в немецком газетном дискурсе: Автореф. дис. ... кандидата филол. наук / Самарский государственный педагогический университет. – Самара, 2007. – 22с.
5. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – Ел. ресурс: <http://culture.niv.ru/doc/communications/pocheptsov/index.htm#d1>.
6. Шевченко А.Ю. Дискурсивный анализ материалов массовой коммуникации: Сб. науч. тр. “Теория коммуникации и прикладная коммуникация” // Вестн. Рос. коммуникативной ассоциации. – Вып. 1. – Ростов-на-Дону: ИУБиП, 2002. – С. 185-192.
7. Oxford Advanced Learner’s Dictionary [Электронный ресурс]. – Oxford University Press, 2006. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Систем. вимоги: 350 MHz; 128 Mb RAM; CD-ROM Windows 98/SE/ME/2000/XP/ - Заголовок з титул. екрану.
8. Артамонова І.М. Засоби відтворення картини світу у сучасному медіа тексті // Культура народів Причорномор'я. — Сімферополь, 2003. — № 37. — С. 401-402.