

ПРОДУКТИВНОСТЬ АНАЛИТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ
ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ

(на материале французских медиазаголовков)

Современный этап развития человечества характеризуется возрастающей ролью средств массовой информации. Влияние СМИ на массовое сознание становится особенно заметным в период информационных войн, масштабных геополитических потрясений и вооруженных конфликтов. В борьбе за внимание читателей авторы непрерывно совершенствуют свое мастерство, пытаясь сделать заголовки статей более креативными и экспрессивными. Важное место в арсенале средств авторской выразительности занимают прецедентные феномены (ПФ).

Прецедентными являются феномены, «которые хорошо известны всем представителям национально-лингвокультурного сообщества, т.е. имеющие сверхличностный характер, актуальные в когнитивном плане и обращение к которым постоянно возобновляется в речи представителей того или иного национально-лингвокультурного сообщества» (В. В. Красных). К корпусу ПФ традиционно относят прецедентные тексты (ПТ), прецедентные высказывания (ПВ), прецедентные имена (ПИ), прецедентные ситуации (ПС) и прецедентные даты (ПД) (В. В. Красных).

Для газетных заголовков характерны два способа использования прецедентных феноменов: в неизменном (каноническом) виде, т. е. с тем значением, с которым они существуют в сознании определенного лингвокультурного сообщества, и в переименованном (трансформированном) виде (Е. А. Земская). Трансформированные ПФ в свою очередь подразделяются на семантические и аналитические. При семантической трансформации состав ПФ остается неизменным, при этом в него либо вносятся новые оттенки смысла, либо в результате совмещения прямых и переносных значений возникает игра слов (Б. В. Кривенко). Аналитическая трансформация основана на изменениях лексического состава ПФ в результате замены или добавления одного или нескольких компонентов ПФ и усечения ПФ (Е. А. Земская).

В настоящей работе исследуется продуктивность приема аналитической трансформации ПФ в заголовках франкоязычных медийных изданий *Le Monde*, *Le Figaro*, *Libération*, *Paris Match*, *Le Soir*, *Le Courrier du soir*, *L'Opinion*, *La Tribune*, *Front Populaire*, *Les Echos*, *PureBreak*, *Femina*, *BBC*

Afrique, Breizh-info, Ouest-France, Diacritik, CentrePress.fr за период с 2018 по 2022 г. Общий материал исследования составил 40 газетных заголовков с ПФ. Из них ПТ – 16 (40 %), ПВ – 8 (20 %), ПИ – 8 (20 %) и ПС – 8 (20 %).

Обратимся к примерам. В заголовке *Liz Truss : une girouette de fer* ‘Лиз Трасс: железный флюгер’ (*les Echos*, 10.07.2022) автор прибегает к аналитической трансформации ПИ *dame de fer* ‘железная леди’, позволяющей ему не только сделать акцент на стремлении Лиз Трасс подражать экс-премьер-министру Великобритании Маргарет Тэтчер, но и обратить внимание читателя на то, как она видит внешнюю политику Соединённого Королевства. Автор сравнивает Лиз Трасс с флюгером, направление стрелки которого постоянно меняется в зависимости от курса ветра. Такими же, по его мнению, были бы взаимоотношения Соединённого Королевства с другими государствами, если бы Л. Трасс занимала пост премьера: Великобритания отвернулась бы от своих традиционных союзников – стран Европейского союза.

В заголовке *Il est là le bonheur : bienvenue dans le quatrième domaine skiable de France* ‘Здесь оно, счастье: добро пожаловать на четвертый по величине горнолыжный курорт Франции’ (*Paris Match*, 01.11.2022) наблюдается аналитическая трансформация ПТ *Il est où le bonheur ?*, источником которого служит название песни французского исполнителя Кристофа Маэ. Вместо вопросительного наречия места *où* ‘где’ автор употребляет указательное наречие места *là* ‘здесь’. Тем самым изменяется тип предложения по цели высказывания: вопросительное предложение становится повествовательным, содержит ответ на поставленный вопрос. Трансформированный ПТ позволяет вызвать у читателя ассоциации с известной песней и дает подсказку о том, где найти ответ на вопрос *Где же счастье?* – оно на горнолыжном курорте.

В заголовке статьи *Gabriel Attal ironise sur « les 50 Nuances de candidature à la présidentielle » de Xavier Bertrand* букв. ‘Габриэль Атталь иронизирует над «50 оттенками кандидатуры на президентских выборах» Ксавье Бертрана’ (*Paris Match*, 21.09.2020) трансформированный ПТ представляет собой название нашумевшего романа британской писательницы Э.-Л. Джеймс и снятого по его мотивам одноименного фильма *Fifty Shades of Grey* ‘Пятьдесят оттенков серого’. В статье речь идет о решении Ксавье Бертрана, президента Совета региона О-де-Франс, участвовать в президентских выборах 2022 года. Проведенная аналитическая трансформация (замена названия цвета *grey* на *candidature à la présidentielle*) позволяет Габриэлю Атталу, официальному представителю правительства Франции, выразить неверие в успех К. Бертрана, о чем свидетельствует и семантика глагола *ironiser* ‘иронизировать’.

Примером использования аналитической трансформации ПВ является заголовок *Il était une foi le congrès du Parti communiste chinois* ‘Жила-была вера в съезд Коммунистической партии Китая’ (*Le Monde*, 28.10.2022). В основе ПВ – выражение *Il était une fois* ‘Жили-были ...’, которое служит

зачином для многих детских сказок. В данном примере наблюдается замена одного из компонентов ПВ, основанная на игре слов (*fois* 'раз' / *foi* 'вера'). В статье указывается на низкую результативность съездов Коммунистической партии Китая в последние годы. Однако автор сохраняет оптимизм и уверенность в том, что бывший авторитет подобных масштабных мероприятий вскоре возродится, и настраивает на это читателя.

Таким образом, проведенный анализ позволяет заключить, что прием аналитической трансформации ПФ оказывается весьма востребованным и продуктивным в заголовках медийных статей. В 19 из 40 проанализированных массмедийных заголовков ПФ используются в каноническом виде, что составляет 47,5 %; аналитической трансформации подвергся 21 ПФ (52,5 %). Среди трансформированных ПФ наиболее часто изменения обнаруживаются в прецедентных текстах (9 примеров, 43 % от общего количества трансформированных ПФ). Далее следуют прецедентные высказывания (7 примеров, 33,3 %). Наименее частотны в нашей выборке трансформации прецедентных ситуаций (3 примера, 14,2 %) и прецедентных имен (2 примера, 9,5 %).

Использование прецедентных феноменов в трансформированном виде привлекает внимание читателя, заостряя его на новом элементе высказывания, на непривычной трактовке ситуации, явления. Тем самым трансформированные прецедентные феномены «интеллектуализируют» заголовки, требуя для их верной интерпретации активного участия читателя, достаточно высокого уровня общих знаний, широкого кругозора и включенности в культуру.