

3.3. Центр и периферия: языковой портрет культуры в газетных заголовках

Известно, что язык, будучи одним из элементов культуры, служит не только средством коммуникации, при помощи которого мы обмениваемся информацией, но также отражает культуру народа, сообщества, группы. В языке мы находим воплощение ценностей, как материальных, так и не материальных, и норм (правил, традиций, обычаев), составляющих специфику той или иной культуры. При этом предлагаемый нами термин *языковой портрет культуры* может включать широкий спектр языковых средств, указывающих на уникальность культуры. Чтобы их определить, обратимся к концепции культурной грамотности Э. Хирша, разработанной для выявления основных культурных реалий, которые должен знать каждый американец. Автор считал, что лексика культурной грамотности располагается между базовой лексикой (*хлеб, стол, дерево*) и специализированной (*вокализ, меццо-сопрано, бекар*). Совместно с Дж. Трефилом и Дж. Кеттом Э. Хирш опубликовал «Словарь культурной грамотности», в который вошли отобранные из газетных изданий более 6 000 культурных реалий [127]. Концепция Э. Хирша послужила толчком к исследованиям во многих областях: лингвокультурологии, преподавании иностранного языка, страноведении и т. д. Обращались к ней Р. И. Воронцов, М. А. Еранцева, О. И. Халупо, А. В. Горушкина, О. К. Ансимова и др., проводя собственные исследования. На наш взгляд, данная концепция – это попытка очертить границы культурной и языковой картин мира определенной нации.

Основу «Словаря культурной грамотности» составляют имена собственные: личные имена, названия произведений искусства, зоонимы, топонимы и др. Применяя классификацию имен собственных А. В. Суперанской, представим ономастикон словаря Э. Хирша в следующем виде:

- имена живых существ и существ, воспринимаемых как живые (антропонимы – имена людей; зоонимы – имена животных, птиц; мифонимы – имена не существовавших людей, животных, растений, народов, географических и космографических объектов);

- наименования неодушевленных предметов (топонимы – названия географических объектов; космонимы и астронимы – названия космических тел и объектов; хрематонимы – названия отдельных неодушевленных предметов: оружие, посуда, драгоценности, музыкальные инструменты, названия средств передвижения);

- смешанная группа имен собственных (собственные имена комплексных объектов – сортовые и фирменные названия, товарные знаки, названия предприятий, учреждений, обществ, объединений, союзов, названия религиозных сооружений, названия органов периодической печати; хрононимы – названия определенных отрезков и точек времени, названия праздников, юбилеев, торжеств, мероприятий, кампаний, войн, название произведений литературы и искусства; документонимы – названия документов, актов, законов; фалеронимы – названия наград: орденов, медалей, знаков отличия) [102].

Помимо имен собственных, встречающихся во всех 23 предметных темах словаря Э. Хирша, необходимо упомянуть раздел, посвященный пословицам и идиомам. И если основным свойством и тех и других считать их устойчивость и употребление в готовом виде [8], то причастность пословиц и поговорок к фразеологии становится очевидной. Фразеологизмы как таковые отражают специфику национального характера и сохраняют в себе весь колорит и особенности развития языка и истории народа. «Фразеологизм – общее название семантически связанных сочетаний слов и предложений, которые, в отличие от сходных с ними по форме синтаксических структур, не производятся в соответствии с общими закономерностями выбора и комбинации слов при организации высказывания, а воспроизводятся в речи в фиксированном соотношении семантической структуры и определенного лексико-грамматического состава» [119, с. 559]. Необходимо при этом отметить и наличие в словаре Э. Хирша цитат, афоризмов, крылатых выражений, которые также обладают определенной устойчивостью при употреблении в речи, но отличаются тем, что, как правило, автор, время и ситуация создания широко известны [12, с. 205].

Таким образом, основу фоновых знаний в концепции Э. Хирша составляют разнообразные имена собственные и устойчивые выражения (пословицы, поговорки, крылатые выражения, афоризмы, цитаты), т. е. прецедентные феномены, которые, по мнению Ю. Караулова, «... значимы для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношении, имеют сверхличностный характер, т. е. хорошо известны широкому

окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, обращение к ним возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности». К прецедентным феноменам ученый относил цитаты, имена персонажей, авторов, а также тексты невербальной природы [47, с. 216]. Д. Б. Гудков определяет прецедентные феномены как единицы, которые «знакомы большинству лингвокультурного сообщества, хранятся в коллективной памяти этого сообщества и регулярно актуализируются в речи» [36, с. 106], выделяя следующие тематические группы: прецедентный текст, прецедентное высказывание, прецедентное имя, прецедентная ситуация. Прецедентный текст – это текст, который понимается как «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности; (поли)предикативная единица; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу». К прецедентным текстам относят произведения художественной литературы, тексты песен, тексты рекламы, анекдотов и т. д. Прецедентная ситуация – некая «эталонная», «идеальная» ситуация, связанная с определенными ассоциациями, включающая представление о действии и о его участниках, входящее в когнитивную базу лингвокультурного сообщества. Прецедентное высказывание – это репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности, законченная и самодостаточная единица, многократно употребляемая в речи носителей языка. Прецедентное имя – это широко известное имя собственное, которое используется не столько для обозначения конкретного человека (ситуации, города) в тексте, сколько в качестве символа определенных качеств, событий, судеб [36, с. 106–108].

Итак, в качестве компонентов языкового портрета культуры стоит назвать различные имена собственные и прецедентные феномены. Однако языковой портрет культуры будет неполным без лексических единиц, выражающих лингвоспецифичные понятия, которые отражают реалии определенной культуры и не имеют аналогов в других культурах как на понятийном, так и на вербальном уровне. Безэквивалентными также могут быть и слова, называющие существующие в другом языке реалии и понятия, но не имеющие в нем своих наименований [57, с. 96].

В качестве объекта исследования нами выбраны заголовки белорусских газет. Всего в Беларуси зарегистрировано по данным сайта Министерства информации на 1 августа 2018 г. 1652 печатных периодических издания, в том числе 749 газет, 862 журнала, 31 бюллетень, 9 каталогов, 2 альманаха [73]. Периодическая печать Беларуси делится на несколько групп: республиканские общественно-политические издания, местные общественно-политические издания, а также специализированные СМИ различной тематической направленности. Для материала исследования нами были выбраны два общественно-политических издания: республиканская общественно-политическая газета «СБ. Беларусь сегодня» (тираж – более 400 тыс. экземпляров) и региональное еженедельное издание «Вечерний Гродно» (тираж – 25 тыс. экземпляров). Обе газеты выходят на русском языке и имеют электронные версии: sb.by и vgr.by соответственно.

Выборку составляют заголовки республиканской газеты «СБ. Беларусь сегодня» (далее «СБ») и региональной газеты «Вечерний Гродно» (далее «ВГ»), которые содержат компоненты языкового портрета культуры, а именно имена собственные, прецедентные феномены и безэквивалентную лексику. Сравнительный анализ заголовков указанных газетных изданий позволяет определить языковой портрет культуры центра и периферии (на примере западного региона Беларуси).

Языковой портрет центра представлен, в основном, именами различных персон и организаций. Среди имен персон превалирует имя президента Лукашенко и министров ведущих ведомств:

– *Лукашенко направил соболезнование Президенту Италии в связи с трагедией в Генуе* (СБ, 14.08.2018);

– *Кочанова: по Орше не выполнены важнейшие распоряжения Президента* (СБ, 14.08.2018);

– *Кобяков обсудил с Валовой перспективы развития ЕАЭС* (СБ, 15.08.2018).

В республиканской газете также были зафиксированы имена известных спортсменов, деятелей культуры:

– *Арина Соболенко выиграла у пятой ракетки мира и вышла в четвертьфинал турнира в Цинциннати* (СБ, 17.08.18);

– *В Минске сегодня простятся с народным артистом Беларуси Николаем Кириченко* (СБ, 16.08.18).

Достаточно часто встречаются названия организаций. В заголовках, представленных ниже, упоминаются *Национальный банк РБ* (сокращенно *Нацбанк*), *Министерство антимонопольного регулирования и торговли* (сокращенно *МАРТ*), *Национальный статистический комитет РБ* (сокращенно *Белстат*):

– *Нацбанк составил портрет типичного белорусского вкладчика*;

– *Слово товарищу тендеру МАРТ – о новациях принятого недавно Закона «О государственных закупках»*;

– *Объем сельхозпроизводства вырос в Беларуси за январь – июль на 6,1% – Белстат* (СБ, 16.08.2018).

Иногда применяются имена вымышленных героев из произведений белорусского фольклора, например *Цмока*, мифического *Змея*:

– *Пятый день рождения мифического Цмока отпразднуют 18 августа в Лепеле* (СБ, 16.08.2018).

В следующем заголовке упоминается еще один вымышленный персонаж – герой мультипликационного фильма *домовенок Кузя*:

– *Кузя з сакрэтам* (СБ, 17.08.18).

Под «секретом» автор статьи имеет в виду, что игрушку, куклу, в том числе и Кузю, можно сделать из подручных материалов, зачастую ненужных более в хозяйстве, как это делают на Ивьевщине.

В республиканском издании были зафиксированы несколько случаев употребления названий наград Республики Беларусь:

– *Гендиректор Третьяковской галереи Зельфира Трегулова награждена орденом Франциска Скорины* (СБ, 16.08.2018).

В заголовках республиканской газеты также встречаются устойчивые выражения, фразеологизмы, прецедентные тексты. Так, в заголовке «*Очень крутой посол*» (СБ, 17.08.18) устойчивое словосочетание *крутой посол* описывает не привычную для данных языковых единиц ситуацию соления овощей, а производство на «Беларуськалии» миллионной тонны НРК-удобрений.

Языковой портрет западного региона представлен многочисленными географическими названиями местного значения (районы города, улицы, торговые точки, водоемы, населенные пункты и т.п.):

– *В аварии на Девятовке пострадал мотоциклист – ГАИ ищет свидетелей* (ВГ, 14.08.18);

– *Гостиница, ресторан и офисы – китайцы готовы переделать здание бывшей комендатуры на Ожешко* (ВГ, 10.08.18);

– *Путеводитель «ВГ» по ценам: самые дешевые яйца – в «Алми», а помидоры – на Центральном* (ВГ, 10.08.2018);

– *Чаще приезжают через Лесную – границу на Августовском канале пересекли полторы тысячи человек* (ВГ, 09.07.18).

Обращение к прецедентным текстам также характерно для языкового портрета культуры западного региона, особенно при наличии их трансформации. Известная цитата из народной сказки *молочные реки, кисельные берега* в следующем заголовке превратилась в «*медовые реки, цветочные берега*»:

Медовые реки, цветочные берега и болотный футбол – как провести выходные в Гродно и области (ВГ, 10.08.2018).

В данном заголовке перефразирован прецедентный текст *Сердцу не прикажешь*, и вместо слова *сердце* использовано слово *речка* для того, чтобы подчеркнуть непредсказуемый характер течения реки и невозможность управлять ее руслом и разливом: *Речке не прикажешь... Как помочь жителям домов на берегу Гродничанки* (ВГ, 16.08.18).

Помимо прецедентного текста в предыдущем заголовке автор упоминает и название местной реки *Гродничанка*.

В заголовках региональной прессы также встречаются названия праздников. В следующем примере используется и название географического объекта, и название праздника:

Лучший торт-медовик и «сладкий» концерт – в Кореличском районе устроят «Мядовы фэст» (ВГ, 14.08.2018).

Изредка в заголовках «Вечернего Гродно» встречается безэквивалентная лексика, например слово *сбитень* (старинный восточнославянский напиток из воды, меда и пряностей, травяных сборов):

– *Расскажут о целебных свойствах трав и научат готовить сбитень – в Слонимском районе угостят медом и чаем* (ВГ, 09.08.2018).

Таким образом, языковые портреты культуры центра и периферии Беларуси имеют разную наполненность. Для центра свойственны такие компоненты языкового портрета, как имена персон и названия организаций. При этом основу имен собственных составляют глава государства, министры и другие высокопоставленные чиновники, а также известные спортсмены и деятели

культуры, среди организаций преобладают республиканские министерства и ведомства. Для периферии на примере западного региона страны характерно упоминание местных географических названий, начиная от названий улиц, торговых объектов, районов города, заканчивая названиями рек, небольших городов и деревень. Языковой портрет культуры периферии также включает трансформированные прецедентные тексты (фрагменты из литературных и фольклорных произведений, песен). Практически не представлена в республиканском издании безэквивалентная лексика, а в региональном издании менее всего встречались имена персон, названия наград.