Елена Николаевна Брызгалова

Тверской государственный университет

[bryzgalovaelena@gmail.com](mailto:bryzgalovaelena@gmail.com)

**«Чужое слово» как оружие колумниста**

В статье рассматриваются примеры использования прецедентных феноменов в колумнистике. Автора интересуют цели использования «чужого слова» в колонке и способы создания нового смысла высказывания. Прецедентность – одна из основных коммуникативных стратегий в авторской колонке.

Ключевые слова: колонка, чужое слово, прецедентность, коммуникативная стратегия

Колонки в интернет-изданиях и традиционных медиа сегодня пользуются огромной популярностью у читательской аудитории и изучаются в отношении своеобразия и сущности данного явления [2], формирования жанрово-стилевых признаков [3; 4], определения основных тенденций развития [1] и др. Интересно взглянуть на это явление в отношении системы приемов и средств, используемых колумнистами для вовлечения читателя в диалог.

Одним из наиболее частотных приемов стало использование «чужого слова» – прецедентность. В этом плане колумнистика в силу своей мобильности, диалогичности и «свободомыслия» может предоставить для анализа богатый и разнообразный материал.

Использование «чужого слова» полифункционально. Лингвистический, культурологический, социальный и другие аспекты, несомненно, важны при изучении прецедентности, но наибольший интерес, на наш взгляд, вызывает стремление разобраться в авторском посыле: почему и с какой целью автор публицистического текста апеллирует к уже созданному и функционирующему в сознании читателя прецеденту. Чего он хочет добиться и что ему дает использование аллюзии?

Из всего многообразия прецедентных феноменов выберем те, которые связаны с кинематографом как самым демократичным из видов искусств, имеющим многомиллионную аудиторию. Кинообразы всегда узнаваемы и придают тексту дополнительную эмоциональность, привнося иронический смысл. Например, в статье Ю. Богомолова «Предчувствие гражданской войны: главные медийные битвы недели» (Сноб. 4 декабря. 2018) среди прочих обсуждается новость о двойном гражданстве журналиста и телеведущего С. Брилёва. Фрагмент, посвященный данной теме, озаглавлен так: «Встретились как-то Брилёв и Штирлиц». Как видим, прецедентность заявлена уже в заглавии, что формирует определенные читательские ожидания и сразу же привносит явный иронический оттенок в дальнейшее развитие темы.

Имя киногероя давно стало нарицательным. Сама формулировка заглавия («встретились как-то…») активизирует устную традицию «рассказывания» и отсылает читателя не столько к фильму, сколько к многочисленным анекдотам, посвященным данному персонажу. Таким образом, прецедентное имя вызывает у читателя ряд вполне запрограммированных ассоциаций, основанных на фильме (двойственность личности разведчика) и на анекдотах (иронично-смеховая стихия). Употребление в одном ряду реального и в какой-то степени мифологического имен сразу же «запускает» механизм иронического восприятия обсуждаемой ситуации. Кинообраз у Ю. Богомолова сравнивается с реальным героем публикации и в какой-то степени противопоставляется ему. Он помогает представить героя в ироническом свете и акцентировать внимание читателя на сути обсуждаемого факта.

Текст Д. Быкова «Правильный выбор Маргариты Симоньян» (Сноб. 14 сентября. 2018) отличается обилием прецедентных феноменов, и среди них также выделим те, которые связаны с кино. Таковым в тексте Д. Быкова становится обращение к фильмам о Джеймсе Бонде, к «Титанику» и картине «Москва слезам не верит». В довольно протяженной во времени «бондиане» из фильма в фильм неизменной остается форма представления героя собеседнику: «Бонд. Джеймс Бонд». Именно эту фразу и использует публицист: «Конспирологи, которым везде мерещатся коварные англосаксы с их суперпрофессиональной разведкой, давно поняли, что Скрипалей отравил Бонд. Джеймс Бонд…». Упоминание формулы самоименования киногероя выражает ироничное отношение публициста к данной интерпретации произошедшего: он не верит в её правдивость и достоверность. Поэтому и использует образ киношного шпиона, не имеющий ничего общего с реальностью.

Итак, колумнисты часто обращаются к прецедентности, используя её как одну из основных коммуникативных стратегий при создании публицистического текста. При этом они используют самые разные приемы и технологии, позволяющие выстроить диалог с читателем, утвердить собственные взгляды, опровергнуть мнение оппонентов и четко определить и выставить на суд аудитории собственную версию происходящего.

Литература

1 Кошкин П. Г. Тенденции в колумнистике США на примере материалов «Нью-Йорк Таймс», посвященных Китаю и России (2008–2013 гг.): автореф. дис. … канд филол. наук. 10.01.10; МГУ им. М. В. Ломоносова. М. 2016.

2 Маевская А. Ю. Колумнистика в глянцевых журналах // Вестник СПбГУ. Серия 9. №2. 2011. URL: <http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1435744853_964.pdf> (дата обращения: 21.02.2019).

3 Ярцева С. С. Жанровые признаки колонки // Вестник Воронежского гос. ун-та. Серия: Филология. Журналистика. № 1. 2011.

4 Ярцева С. С. Колумнистика: история возникновения и перспективы развития: дис. …канд. филол. наук. 10.01.10; Воронеж. Гос. ун-т. Воронеж. 2011.