

Научная статья

УДК 81'371

doi: 10.47475/1994-2796-2023-479-9-51-60

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЛОГОЭПИСТЕМ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ ЗАГОЛОВКОВ АСТРАХАНСКИХ МАССМЕДИА)

Юлия Александровна Васильева

Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева, Астрахань, Россия, gis_00@mail.ru

Аннотация. В статье на примере заголовочных конструкций печатных и сетевых астраханских СМИ рассмотрены особенности функционирования логоэпистем в публицистическом дискурсе. Наиболее частотными являются заголовки с логоэпистемами, образованными на основе фразеологизмов, крылатых фраз из кинофильмов, песен, народных сказок, названий литературных произведений. Анализ языкового материала говорит о трансформации структуры или семантики прецедентного текста, составляющего ядро логоэпистемы. Заголовки, воспроизводимые в виде готовой речевой единицы, с трудно прогнозируемым содержанием, встречаются нечасто. В публицистических текстах логоэпистематические единицы выполняют аттрактивную, провокационную и аксиологическую функции. Логоэпистематические заголовочные конструкции характеризуются богатым ассоциативным потенциалом и модальной окрашенностью лексических единиц, входящих в их состав, формируют фактический и концептуальный смысл текста. Анализ целевых установок обращения к логоэпистемам в публицистическом дискурсе позволил сделать вывод о том, что чаще всего с помощью включения логоэпистем в заголовок журналисты стремятся дать образную оценку событиям, поступкам или личности. Для образной оценки современных событий журналисты используют прецедентные феномены, восходящие к кинематографу, художественной литературе, фольклору, истории. Понимание и адекватная интерпретация образованных на их основе логоэпистем выступает маркером принадлежности к культуре страны. Дальнейший анализ логоэпистематических заголовков позволит выявить особенности их функционирования и прагматики.

Ключевые слова: логоэпистема, публицистический дискурс, заголовок, квазицитация, прецедентный текст, лингвокультурология, массмедиа

Для цитирования: Васильева Ю. А. Функционирование логоэпистем в публицистическом дискурсе (на примере заголовков астраханских массмедиа) // Вестник Челябинского государственного университета. 2023. № 9 (479). С. 51–60. doi: 10.47475/1994-2796-2023-479-9-51-60

Original article

FUNCTIONING OF LOGOEPISTEMES IN JOURNALISTIC DISCOURSE (USING THE EXAMPLE OF HEADLINES OF ASTRAKHAN MASS MEDIA)

Julia A. Vasileva

Astrakhan State University named after V.N. Tatischev, Astrakhan, Russia, gis_00@mail.ru

Abstract. The article examines the features of the functioning of logoepestemes in journalistic discourse using the example of headline constructions of printed and online Astrakhan media. The most frequent are logoepestemes based on phraseological units, short phrases from movies, songs, folk tales, titles of literary works. The analysis of our linguistic material indicates transformations of structure or semantics of precedent texts that form the core of logoepestemes. Headlines reproduced in the form of ready-made speech units, with content difficult to predict, are rare. In journalistic texts, logoepestematic units perform attractive, provocative and axiological functions. Logoepestematic head constructions are characterized by a rich associative potential and modal coloring of the lexical units that make up their composition, form the actual and conceptual meaning of the text. The analysis of the target settings of addressing logoepestemes in the journalistic discourse allowed us to conclude that most often, by including logoepestemes in the title, journalists seek to give a figurative assessment of events, actions or personality. Journalists

use precedent phenomena stemming from cinema, fiction, folklore, history for figurative assessment of modern events. Understanding and adequate interpretation of logoepistemes based on them are the markers of belonging to a culture of a certain country. Further analysis of logoepistematic headings will reveal the features of their functioning and pragmatics.

Keywords: logoepisteme, journalistic discourse, heading, quasi-quotation, precedent text, linguoculturology, mass media

For citation: Vasileva JA. Functioning of logoepistemes in journalistic discourse (using the example of headlines of Astrakhan mass media). *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2023;(9(479):51-60. (In Russ.). doi: 10.47475/1994-2796-2023-479-9-51-60

Введение

Эффективная коммуникация представляет собой не только обмен информацией, но и систематический и непрерывный процесс рассказывания, слушания и понимания (Луис А. Аллен). Адекватно принимать и передавать информацию помогает знание логоэпистем (греч. *logos* — ‘слово’ и *episteme* — ‘знание’) — «языковых выражений закреплённого общественной памятью следа отражения действительности в сознании носителей языка в результате постижения (или создания) ими духовных ценностей отечественной и мировой культур» [13]. Логоэпистематика как направление в лингвистике изучает логоэпистемы как языковые единицы, отражающие сложный процесс взаимосвязанного развития национальной культуры и языка [5; 7; 8; 9].

Как элементы своеобразной языковой игры логоэпистемы часто появляются в заголовках СМИ. Воспроизведение прецедентных текстов (или их фрагментов), составляющих ядро логоэпистем, в намеренно изменённом виде часто обусловлено стремлением к обогащению публицистических текстов нестандартными выражениями, экспрессивной и эмоционально окрашенной лексикой, стремлением к стилевой неоднородности, к созданию широкого ассоциативного ряда, что в итоге служит усилению основной функции текстов публицистического стиля — воздействующей. К логоэпистемам относят лозунги, фразеологизмы и крылатые фразы, строки из песен, рекламных текстов, народных сказок, художественных фильмов [1–3]. Н. Д. Бурвикова и В. Г. Костомаров определяют логоэпистему как механизм компрессии прецедентных текстов до отдельного слова, словосочетания или фразы. Логоэпистема является трансформированным прецедентным высказыванием, средством выражения прецедентных культурологических явлений, вызывающим у адресата (который может быть не знаком с текстом-источником) определённые ассоциации. Исследователи выделяют следующие

черты логоэпистем: словесное выражение, указание на породивший её текст или ситуацию, возобновление в процессе коммуникации (логоэпистемы не создаются заново), видоизменяемость в пределах сохранения опознаваемости, символичность, наполненность знанием культурного характера, герменевтичность (для понимания логоэпистем требуется соотнести их с иными текстами как артефактами культуры), дидактический потенциал (овладение логоэпистемами происходит в процессе получения образования, постижения культуры) [6. С. 39]. Логоэпистемы обращены к культурной памяти представителей того или иного социума, маркируют принадлежность к определённой социально-культурной группе, так как «позволяют выразить новое содержание через призму картины мира, ментальности, социально-культурной истории данного народа. Этим они обеспечивают безграничное приращение смысла, экспрессии, эмоциональности» [6. С. 48].

Коммуникативный эффект при включении логоэпистем в публицистический текст достигается посредством «свёрнутого» выражения мысли. Однако для этого коммуниканты должны владеть сходным набором логоэпистем [11; 12; 14]; только в этом случае исходный прецедентный текст (ядро логоэпистемы) адекватно дешифруется адресатом.

Материалы и методы исследования

Материалом нашего исследования послужили тексты печатных и сетевых астраханских средств массовой информации: астраханские информационно-новостные порталы «КаспийИнфо», «Арбуз», «ПУНКТ-А», «Астраханские новости», «Астрахань 24», «Прожектор», «Астрахань ФМ»; газеты «Волга», «Комсомолец Каспия», «Астраханские ведомости», «Каспиец», «Астраханский листок», «Горожанин», «Астраханская правда» и другие. Методом сплошной выборки была составлена репрезентативная картотека, включающая 420 заголовков.

Результаты исследования

Логоэпистематические заголовочные конструкции характеризуются богатым ассоциативным потенциалом и модальной окрашенностью лексических единиц, входящих в их состав, формируют фактический и концептуальный смысл текста. Однако нужный эффект воздействия на реципиента достигается не всегда: неуместное включение логоэпистем в заголовки статей (или неудачная трансформация подобных языковых единиц) зачастую ведёт к непониманию текста в целом и препятствует его осмыслению. Например, заголовок репортажа «Астрахань и астраханцы. Город красен будками и заборами» («Пункт-А», 16.07.2022) отсылает читателя к пословице «Не красна изба углами, красна пирогами», подразумевающей, что хозяин дома ценится не своим богатством, а гостеприимством. В тексте статьи последовательно раскрыто совершенно иное послание читателю: новые арт-объекты, граффити на заборах и ветхих, непримечательных постройках украшают город, делают его облик ярче и привлекательнее (то есть подчёркивается именно внешняя сторона Астрахани, о качествах жителей города речи не идёт).

Логоэпистемы функционируют «в речевой коммуникации в качестве смыслонесущего элемента дискурса» [10. С. 11]. Выделим несколько типов логоэпистем в составе заголовков публицистических текстов. Отметим важнейшую структурообразующую функцию заголовка текста СМИ: это не только основной элемент сообщения, но и первый элемент восприятия текста читателем. Именно от него во многом зависит интерес реципиента к публикации.

Логоэпистемы делятся на *предикативные*, по форме представляющие собой высказывания (пословицы, поговорки, крылатые слова, прецедентные высказывания и т. д.) и *непредикативные* (логоэпистемы-фразеологизмы и логоэпистемы — прецедентные имена), характеризующие не ситуацию в целом, а один из её компонентов.

В современных лингвистических исследованиях выделяется несколько типов отношений между логоэпистемой и прецедентным текстом. К *логоэпистемам, структурно связанным с текстом-источником*, относятся цитаты, занимающие сильную позицию в прецедентном тексте (например, его название, припев песни, повторяющаяся фраза): «Астраханцам обещают “город-сказку, город-мечту”» (слова «город-сказка, город-мечта» — начало припева популярной песни о Санкт-Петербурге группы «Танцы минус»).

В астраханских СМИ встречаются *дейктичные логоэпистемы*, связанные с ситуацией-источником. Например, автор статьи с заголовком «Астраханская подземная Хиросима» («Астраханские новости», 06.11.2012) проводит параллели между Астраханью, которая находится на грани экологической катастрофы вследствие взрывов в подземных газохранилищах «Газпрома», и Хиросимой — городом, который первым в мире подвергся ядерной бомбардировке. Другой пример: статья «Нептун в этом году беспощаден к астраханцам» («Блокнот-Астрахань», 11.07.2021), в которой приводится печальная статистика об утонувших горожанах. Мифологический контекст, актуализированный в заголовке, напоминает о древнеримском покровителе моря и пресной воды. Нептун считался грозным, мстительным и своенравным божеством, которому требовались жертвоприношения.

Автосемантические логоэпистемы в составе заголовочных конструкций включают крылатые слова, пословицы и поговорки, утратившие структурную связь с прецедентным текстом. Так, заголовок «Где родился, там и участковый: астраханский полицейский — о службе в селе» («Арбуз», 10.11.2020) указывает на пословицу «Где родился, там и пригодился» со значением «человеку лучше всего жить и трудиться в родных местах».

Заголовок статьи «Вобла идёт. Астраханцы кусают локти из-за тотального запрета на рыбалку» («Комсомолец Каспия», 09.04.2020) воспроизводит устойчивое сочетание «кусать локти» со значением «сожалеть о какой-то неудаче, о чём-то упущенном или сделанном в прошлом».

В статье под названием «По мандату и доходы?» («АиФ», 27.04.2022) обнародованы сведения о доходах и имуществе депутатов за 2021 год. Заголовочная конструкция содержит отсылку к русской пословице «По Сеньке и шапка» со значением «достоин не больше того, что имеет (о ком-либо)». Однако знак вопроса в конце заголовка задаёт тему потенциального диалога автора и читателя и косвенно указывает на то, что ответ заключён в тексте. Таким образом достигается усиление воздействующей функции публицистического текста: автор статьи не преподносит информацию в готовом виде, как факт, а вовлекает читателя, предоставляет ему возможность сформировать оценочное суждение.

В статье «Останутся рожки да ножки? Под ударом 100 тысяч Астраханских ЛПХ» («АиФ», 30.11.2021) рассказывается об ужесточении условий для владельцев личных подсобных хозяйств.

Выражение «рожки да ножки» из детской народной песенки прочно вошло в память языка, стало элементом национального культурного кода и означает «почти ничего не осталось от кого-либо или чего-либо». Фразеологический оборот отпочковался от более длинной фразы — «оставили бабушке рожки да ножки». В песне козлика съели серые волки. В тексте статьи легко угадывается этот образ — местные областные депутаты, выступившие с законодательной инициативой, которая грозит уменьшением количества ЛПХ и подорожанием продуктов питания. Здесь логоэпистема служит средством создания негативного образа власти. С её помощью автор статьи даёт образную оценку действий чиновников.

Приведём другие заголовки подобного типа:

- «Когда рак на горе свистнет: астраханцы 12 лет ждут документы по газоснабжению» («Астраханский листок», 06.04.2021). Фразеологизм «когда рак на горе свистнет» означает «неопределённо долго» и употребляется при невозможности дать конкретный ответ или при нежелании собеседника определяться со сроками;
- «Метры волнуются раз: рынок недвижимости в Астраханской области обещает нестабильный год» («Арбуз», 15.11.2021). В этом заголовке представлено устойчивое выражение «Море волнуется раз» (слова из детской игры), первый компонент которого заменён.

Распространены и логоэпистемы, созданные на основе названий литературных произведений или ставших крылатыми строк из них, закрепившиеся в русском речупотреблении. Заголовки статьи «На мусорном фронте без перемен» («АиФ», 21.04.2022) представляет собой квазицитацию названия романа Ремарка «На западном фронте без перемен» и освещает злободневную для города тему утилизации мусора как затянувшуюся, безрезультатную войну между астраханцами, администрацией и региональным оператором по вывозу отходов. Отметим другие заголовки подобного типа: «Пир во время коронавируса. Управделами астраханского губернатора закупило позолоченные икорницы по 25 тысяч за штуку» («Пункт-А», 31.03.2020) — отсылка к трагедии А. С. Пушкина «Пир во время чумы»; «Кому в Астрахани жить хорошо?» («Астраханские новости», 01.05.2017) — аллюзия к поэме Н. А. Некрасова «Кому на Руси жить хорошо»; «Мёртвые души по новой школьной программе» («Арбуз», 19.03.2020) — аллюзия к поэме Н. В. Гоголя «Мёртвые души»; «Итак, она звалась Татья-

ной» («Волга», 22.01.2021) — строки из поэмы А. С. Пушкина «Евгений Онегин».

Предикативные логоэпистемы, составляющие ядро таких заголовков, использованы авторами репортажей уместно; нарушений смыслообразующих связей с прецедентным текстом-источником не обнаруживается: в статье «Кому в Астрахани жить хорошо?» раскрывается тема доходов и уровня жизни астраханцев; статья «Мёртвые души по новой школьной программе» рассказывает о мошеннической схеме трудоустройства и ложных сведениях о якобы работающих людях в одной из астраханских школ; статья «Итак, она звалась Татьяной» — о праздновании Татьянинного дня.

Включённые в заголовки логоэпистемы призваны актуализировать информативность, модальность, экспрессивно-эмоциональную окраску. Когда ведущей категорией выступает информативность, логоэпистематические единицы часто демегафоризируются, то есть метафорическое значение нивелируется, и один или несколько компонентов логоэпистемы приводятся в их прямом значении. Так, в заголовке «После дождика в четверг: в Астрахани такси подорожало втрое» (Bloknot-Astrakhan.Ru, 02.09.2021), где устойчивое фразеологическое сочетание «После дождика в четверг» функционирует в своём буквальном значении и информирует читателей о том, что неблагоприятные погодные условия влияют в городе на цену услуг такси. Значение же этой фразеологической единицы — «не скоро, маловероятно, никогда». Ещё один заголовок такого типа — «Большому кораблю — большую воду. Астраханский сухогруз сам сошёл с мели» (Astrakhanpost.ru, 14.10.2012). Статья информирует об инциденте с севшим на мель в Волго-Каспийском канале сухогрузом. В основу логоэпистемы положена фраза «Большому кораблю — большое плаванье», авторство которой приписывают древнеримскому сатирику Петронию. Крылатым выражение стало благодаря Н. В. Гоголю: эту фразу в пьесе «Ревизор» произносит Городничий, желающий продвинуться по службе через брак своей дочери и чиновника из Петербурга.

Отдельного упоминания заслуживают логоэпистематические заголовки-лозунги и заголовки-призывы, которые призваны привлечь внимание читателя к затрагиваемой проблеме:

- «Фальшивкам — бой!» («Пьянству — бой!») — известная фраза советской антиалкогольной пропаганды;
- «Да будут речные трамвайчики!» (аллюзия к библейской фразе «Да будет свет»);

- «Даёшь городу младенцев! Власти предпринимают усилия, которые должны увеличить рождаемость» («Дадим стране угля!» — трудовой лозунг советских шахтёров);
- «Побойтесь губернатора!» (в русском языке есть выражение «побойся Бога!», которое традиционно используется для обозначения желания пристыдить собеседника, воззвать к его морали);
- «Знай наших! Олимпийские традиции астраханского спорта» (усечение пословицы «Знай наших, поминай своих»);
- «Ударим расследованием по астраханскому разгильдяйству!» (фраза «Ударим автопробегом по бездорожью, разгильдяйству и бюрократизму» встречается в романе И. Ильфа и Е. Петрова «Золотой телёнок»);
- «Астраханцы всех городов, соединяйтесь!» (аллюзия к одному из самых известных интернационалистических лозунгов коммунизма «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!»).

В заголовках астраханских сетевых и печатных массмедиа широко представлены логоэпистемы, связанные со сферой-источником «Кино». Высокий прагматический потенциал кинематографа обуславливает его важную роль в формировании лингвокультурной компетенции у представителей самых разных социальных групп и создаёт условия для успешной межкультурной коммуникации. Фразы героев популярных кинофильмов переходят в живую речь, закрепляются в речевом обиходе носителей языка. Приведём примеры употребления логоэпистем, в основе которых лежат прецедентные тексты из художественных фильмов.

Выражение «Ночной Дозор! Всем выйти из сумрака!» обрела известность в 2004 году, после выхода на экраны фильма «Ночной Дозор» в жанре городского фэнтези, снятого по мотивам одноимённого романа Сергея Лукьяненко. В романах С. Лукьяненко, описывающих жизнь Иных (людей с особыми способностями), сумрак — это параллельный мир, где могут находиться только Иные. Существуют противоборствующие фракции — Свет и Тьма, и при столкновении интересов, чтобы все Иные вышли в обычную реальность, используется упомянутая фраза.

В составе заголовочных конструкций в астраханских СМИ это прецедентное высказывание присутствует в разных видоизменённых формах: «Выйти из сумрака: почему на улицах Астрахани нет освещения?» («Южная волна», 26.12.2018); «Как выйти из сумрака? Правительство Астраханской области решает проблему с высокими

счетами за электричество» («Астрахань.Fm», 01.09.2014); «Самозанятым предлагают выйти из сумрака» («Ахтубинск.ru», 02.07.2020); «Прокуратура Астраханской области заставила коммунальщиков “выйти из сумрака”» («Астрахань.NET», 25.01.2019); «Выйти из сумрака. Водителей штрафуют за шторы на окнах» («SmartNews», 26.06.2022) и др. Носители русского языка, владеющие фоновыми знаниями о современном кинематографе, без труда прогнозируют содержание статей с подобными названиями. Сторона, предлагающая выйти из сумрака, — представители власти, закона; соответственно, те, кого призывают выйти из сумрака, каким-то образом нарушают закон, не исполняют свои обязательства. Между этими сторонами обычно конфликт, противостояние, которые требуют разрешения и принятия жёстких мер.

Встречаются и заголовки, в которых актуализированы не фразы киногероев, а названия фильмов и сериалов. Например, в статье «Улица разбитых фонарей: на астраханский скейт-парк напали вандалы» («Блокнот-Астрахань», 16.06.2021) заимствовано название популярного российского детективного сериала 1990-х годов «Улицы разбитых фонарей». В статье «Астрахань протянет Баку “Бриллиантовую руку”» («Пункт-А», 21.03.2016) рассказывается о новом туристическом маршруте, повторяющем название комедии Леонида Гайдая.

Интересно название статьи «Астраханский Остап Бендер. Кто не работает, тот ест» («Прожектор», 12.04.2020). В этом заголовке прецедентное имя яркого героя романа И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев», ставшее широко известным благодаря комедии Леонида Гайдая, приведено с цитатой из другой комедии того же режиссёра — «Операция “Ы” и другие приключения Шурика». Статья с литературно-кинематографическим заголовком рассказывает об астраханце, который обошёл закон и получал зарплату, фактически не работая.

Заголовок статьи «Все псы попадают в астраханские дворы» («Арбуз», 27.01.2022) содержит отсылку к названию известного мультфильма «Все псы попадают в рай» (1989) и освещает одну из главных проблем города — ситуацию с большим количеством бродячих собак.

Статья «Восток — дело тонкое! Проверено в Астрахани» («АстраКульт», 21.01.2021) знакомит читателей с уникальными экспонатами зала искусства Востока и Азии Картинной галереи имени П. М. Догая. Фраза «Восток — дело

тонкое» из фильма «Белое солнце пустыни» стала крылатой, часто употребляемой, когда речь заходит о восточных людях, их обычаях и традициях. Это прецедентное высказывание носит характер комментария по поводу какой-либо сложной, запутанной ситуации, связанной с Азией или с Востоком вообще.

Если в представленном выше заголовке речь идёт исключительно об искусстве, восточных культурных традициях, изящном мастерстве ремесленников, то есть в положительном ключе, то автор другой статьи преследует совершенно иные цели. Заголовочная конструкция «Восток — дело тонкое. Как таджикские “билетёры” наживаются на своих соотечественниках» («Астраханские новости», 28.12.2020) призвана вовлечь читателя в размышления о противозаконных действиях представителя общественной организации «Душанбинцы» и о его обмане соотечественников-нелегалов. Здесь структура прецедентного высказывания остаётся в неизменном виде, но смысловая нагрузка переходит на вторую, поясняющую часть заголовка. Усиление экспрессивной окрашенности происходит именно за счёт включения в название статьи крылатой фразы из фильма: она наводит на мысли о неоднозначности человеческих поступков, о существовании моральных законов, которые были нарушены. Без этого прецедентного высказывания содержание статьи осмысливается как рядовой материал криминальной хроники.

Лексема «Восток» может заменяться другой, если акцентируется внимание на какой-то ситуации, требующей осторожности и размышлений. Например, в статье «Тростник — дело тонкое» (06.03.2016) речь идёт о тростниковых пожарах, выжигающих земли Астраханского заповедника, и предлагаются различные способы решения этой сложной проблемы. Другой пример: статья «Призывник — дело тонкое» («Астрахань.Фм», 27.04.2005), разъясняющая требования к прохождению военной службы.

Статья «Очень приятно, Царь! Как астраханцы называют своих детей?» («Пункт-А», 13.12.2012). «Очень приятно, царь» — известная фраза Ивана Васильевича Бунши (выдающего себя за царя Ивана Грозного) из популярной советской кинокомедии «Иван Васильевич меняет профессию». В заголовке статьи «Птичку жалко: на астраханской птицефабрике с голода массоводохнут курицы» (astrakhanpost.ru, 21.01.2022) актуализирована крылатая фраза из советской комедии «Кавказская пленница, или Новые приключения

Шурика». Произносит её нетрезвый Шурик, когда пытается записывать кавказские тосты. Отметим, что фраза обычно употребляется в ироничном контексте, однако в заметке о птицефабрике такой подтекст отсутствует. Название статьи «Наши люди в булочную на такси не ездят» («Комсомолец Каспия», 24.09.2015) приведено без поясняющего заголовка, но уже первая фраза раскрывает содержательную сторону заметки, продолжая мысль автора: «А ездят до мусорного контейнера». Статья, напомнившая читателям фразу управдома из фильма «Бриллиантовая рука», действительно получилась комичной: таксист рассказывает о курьёзных случаях в своей работе.

Устойчивое выражение «Кина не будет» закрепилось в речупотреблении носителей русского языка благодаря кинофильму «Джентльмены удачи». Его первоначальный, неусечённый вариант звучит так: «Всё, кина не будет, электричество закончилось». В составе заголовочных конструкций эта фраза встречается очень часто. Например, в статьях «Кина не будет: в Астрахани закрылся кинотеатр» («Блокнот-Астрахань», 28.09.2020), «Кина не будет: 25 ноября астраханцам отключат телевидение и радио» («Пункт-А», 20.11.2019) сохранено первоначальное, буквальное значение фразы: поломка, отказ механизма и, как следствие, отсутствие возможности посмотреть фильм.

Однако в некоторых заголовках значение этой крылатой фразы несколько переосмыслено, подверглось метафоризации. Такими примерами выступают статьи «“Кина не будет”: представители МЧС опровергли возможность чрезвычайной ситуации в Астраханской области» («Астраханский листок», 10.12.2019); «„Кина“ не будет? Власти Астрахани не замечают голодовку сторонников бывшего кандидата в мэры» («Астраханские новости», 02.04.2012). В приведённых заголовках актуализировано несколько иное значение фразы: изменение ситуации в худшую сторону, неоправданные ожидания.

Первоначальный облик логоэпистемы может изменяться с целью усиления связи с темой статьи. При этом смысловая нагрузка переходит на замещённый компонент: например, заголовок «Вот тебе, бабушка, и фискальный день!» («Астраханские новости», 26.05.2019) наряду с историческими ассоциациями информирует о конкретном событии — обнародовании законопроекта о переносе шести квазианалоговых платежей в Налоговый кодекс. Русская пословица «Вот

тебе, бабушка, и Юрьев день» выражает огорчение от случившегося, сожаление об обманутых ожиданиях и несбывшихся надеждах.

Статья «Галопом по каналам» («Астраханские известия», 10.06.2017) рассказывает об астраханских речных прогулках. Крылатое выражение «Галопом по Европам» имеет негативные коннотации и используется при рассказе о чьей-то торопливости, невнимательности и каких-либо неутешительных результатах вследствие этого. Модальное значение негативной оценки раскрывается в тексте статьи мнением автора о недостаточном использовании туристического потенциала региона и практически полном отсутствии экскурсионных услуг на речных каналах.

Заголовочные конструкции, представленные логоэпистемами в их первоначальном виде, то есть воспроизводимые в виде готовой речевой единицы, часто не поддаются адекватной интерпретации читателями. Так, трудно спрогнозировать содержание статей под названиями «Оставили с носом», «Бесценный дар, или „яблоко раздора“», «Давайте жить дружно», «Нас и здесь неплохо кормят», «Мал золотник, да дорог», «Ох, лето красное! Любил бы я тебя...» и др.

Богатейшим источником логоэпистем являются фольклорные тексты, преимущественно сказки. Включение фольклорных логоэпистем в современный публицистический дискурс настраивает читателя на игру смысла с текстами. Н. В. Татарина исследует сказочные логоэпистемы и выделяет: логоэпистемы-номинации (собственные имена главных героев сказок, чудесных помощников, волшебных предметов и животных), логоэпистемы — устойчивые выражения (постоянные эпитеты), логоэпистемы-сентенции (сказочные зачины) [4].

Рассмотрим подобные логоэпистемы в текстах астраханских СМИ.

1. **Логоэпистемы-номинации:** «Врач Курмышкин: Кощей или Христос?» («Пункт-А», 19.02.2022): в статье речь идёт о враче Александре Курмышкине, основателе фонда защиты прав больных СМА. Автор заметки даёт пояснение: «Насчет Кощея, кстати, мы не придумали: одна из статей так и называется “Кошеево царство: как фонд Курмышкина выводил миллионы, предназначенные для больных детей”. Христом, правда, его еще никто не называл, но пациенты и родители детей, которым он помог получить лекарства, цена которым без преувеличения жизнь, готовы на него молиться». Вопросительная кон-

струкция заголовка имеет риторический характер: журналист ставит вопрос не с целью получить на него однозначный ответ в статье, а для привлечения внимания к проблеме. Предполагается, что в тексте статьи читатели найдут необходимые разъяснения и сформируют собственное мнение о поставленной проблеме. В этой статье заголовок выполняет текстообразующую функцию. Отвечая на обозначенный в названии статьи вопрос, журналист последовательно опровергает доводы оппонентов (авторов других заметок о враче), в которых Курмышкин обвиняется в незаконной врачебной деятельности.

2. **Логоэпистемы — устойчивые выражения:** «Чем помешала “добрым молодцам” скамейка будет разбираться полиция» («Астраханские новости», 26.06.2017) — статья о вандалах (здесь устойчивое сочетание «добрые молодцы» отличается от фольклорного образа богатырей, удальцов, применяющих свою силу для защиты семьи, родины и т. д.; сохранена только сема ‘сила’); «Житель Наримановского района создал птицефабрику “в чистом поле”» («Арбуз», 08.08.2017) — о создателе семейного бизнеса с нуля.
3. **Логоэпистемы-сентенции:** «Жили-были астраханские рыбаки» («Волга», 15.10.2019) — статья об открытии музея «Рыбацкое подворье»; «Сказка сказывается, а скоро и дело сделается» («АиФ», 16.06.2022) — видоизменённая присказка в тексте этой статьи призвана настроить читателей на оптимистичный лад и прогнозирует положительные перемены в жизни региона после участия делегации под эгидой губернатора в Петербургском международном экономическом форуме.

Интересно использование логоэпистемы-номинации «Баба Яга» в заголовке «Баба Яга против: астраханцы возмущены похоронным сюрпризом в центре города» («Блокнот-Астрахань», 12.07.2021). «Баба-яга против!» — название цикла из трёх советских рисованных мультфильмов 1979 года, выпущенных к летним Олимпийским играм 1980 года. Это устойчивое сочетание используется как самостоятельная фраза. В тексте статьи логоэпистема «Баба Яга» обозначена только в заголовке, но и этого автору достаточно для обрисовки прецедентной ситуации спора, несогласия: жители одной из астраханских улиц недовольны появлением возле их дома похоронного бюро и размещением рекламы ритуальных услуг.

Однако здесь возникает противоречие: фраза «Баба Яга против» обычно характеризует кого-либо, кто всегда протестует и не согласен с мнением других, то есть имеет в сознании носителей русского языка негативный подтекст с оттенком неодобрения. Из текста статьи, напротив, следует, что претензии астраханцев вполне обоснованы, и к тому же ритуальный павильон установлен незаконно. Таким образом, здесь можно отметить непонимание автором логоэпистемы и неуместное её использование в сатирическом ключе.

В астраханских массмедиа есть и тексты, в которых сентенции и устойчивые выражения из фольклорных источников представлены комплексно. Приведём небольшую заметку с заголовком «В астраханском паспортном столе избрели новый субъект России» («Блокнот-Астрахань», 18.10.2018):

«Садись поудобнее, дружок, я расскажу тебя сказку.

Исполнилось добру молодцу 45 лет, пришла пора по закону российскому ему менять документ свой главный — паспорт. И отправился он за тридевять земель, в паспортный стол Астрахани, где проживает в данный момент.

Долго ли, коротко ли, но получил свой новый паспорт богатырь. Проверил он дату рождения да прописку и отправился восвояси. А потом внезапно обнаружил, что родился он, по мнению сотрудников паспортного стола, в Рспублике Дагестан. И теперь паспорт нужно заново менять, ибо уроженцам этого тридевятого царства, тридесятого государства даже сим-карту купить нельзя, не то, что цветочек аленький.

Вот и сказочке конец, проверяйте всё внимательно и будет вам счастье».

В этой стилизованной заметке мы наблюдаем логоэпистему — устойчивое выражение *добрый молодец*, логоэпистему-сентенцию, обозначающую сказочное пространство (*тридевятое царство, тридесятое государство*), сказочные реплики по ходу действия (*долго ли, коротко ли; отправился восвояси*), номинацию волшебного предмета (*цветочек аленький*), сказочную концовку (*Вот и сказочке конец*). Кроме того, особым стилистическим приёмом является применение автором заметки инверсии как средства художественной выразительности.

Особого внимания заслуживает рассмотрение целевых установок обращения к логоэпистемам в публицистическом дискурсе. В приведённых логоэпистематических заголовках это чаще всего образная оценка события, поступка или

личности. Например, в статье «История о том, как блондинка в Астрахани на выборы ходила» («Арбуз», 19.09.2016) один из подзаголовков гласит: «Но самое главное — депутатов нужно знать в лицо!» Это намеренное искажение крылатой фразы «Страна должна знать своих героев», впервые опубликованной в газете «Правда» в 1931 году и рассказывающей о награждении 15 передовиков труда. Выражение стало популярным благодаря многочисленным советским плакатам об ударниках производства, но с течением времени стало употребляться в ином контексте, как шуточный комментарий к намерению назвать имена людей, прославившихся в чём-либо или, напротив, замеченных в каких-либо неблагоприятных поступках. Статья в астраханском сетевом СМИ не стала исключением: материал написан в ироническом ключе и повествует о ведении предвыборной кампании с акцентом на внешние, имиджевые показатели деятельности чиновников.

В статье «Сообразили на троих: в Астрахани два чиновника и предприниматель украли из казны три миллиона» («Пункт-А», 21.09.2015) рассказывается о махинациях с установкой водонапорных башен. Известные крылатые выражения «сообразить на троих», «Товарищ, третьим будешь?» предположительно появилась во времена, когда СССР руководил Никита Сергеевич Хрущёв. Из-за увеличения цен на алкоголь в 1950–1960-е годы бутылку водки покупали на троих. Таким образом, выражение «сообразать на троих» приобрело негативный смысл и всегда подразумевает нечестный обход запретов, сговор в целях обретения личной выгоды.

Выводы

Итак, логоэпистемы выступают одновременно средством описания языка и знаками, символами, отражающими национальную культуру. Попадая в публицистический дискурс из различных источников (кинофильмы, песни, паремии, фольклорные тексты, литературные произведения), логоэпистематические единицы начинают выполнять следующие функции: аттрактивную (привлечение внимания читателей), провокационную (смысл заголовка становится понятен только после прочтения всего текста), аксиологическую (формирование оценочного суждения, акцент на определённые ценностные аспекты восприятия реальности). Заголовки современных СМИ характеризуются усилением информативной составляющей и общедоступности.

Газеты и информационно-новостные порталы рассчитаны на массовую аудиторию, в связи с чем их тексты должны быть приближены к её речи и выразительны, то есть выполнять информативную и воздействующую функции. Употребление логоэпистем как равноуровневых лингвострановедческих единиц — актуальный журналистский приём. В публицистическом

дискурсе логоэпистемы часто трансформируются в связи с актуализацией социокультурных процессов, поэтому участвуют в смыслообразовании текстов. Таким образом, логоэпистемы в текстах средств массовой информации отражают ориентацию журналистов на современный языковой вкус и обращение к культурным ценностям в сознании адресатов.

Список источников

1. Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология: Ценностно-смысловое пространство языка. М. : Флинта : Наука, 2010. 288 с.
2. Алефиренко Н. Ф. Логоэпистемы и знаки косвенно-производной номинации // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. 2014. № 8. С. 157–170.
3. Алефиренко Н. Ф. Фразеологические логоэпистемы: архетипы и символы // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2014. № 13 (184). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologicheskie-logoepistemy-arhetipy-i-simvoly> (дата обращения: 08.11.2022).
4. Бартминьский Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике / пер. с польск. М. : Индрик, 2005. 528 с.
5. Бурвилова Н. Д., Костомаров В. Г. Логоэпистематическая составляющая современного языкового вкуса // Филологические науки. 2008. № 2. С. 3–11.
6. Бурвилова Н. Д., Костомаров В. Г. Старые мехи и молодое вино. Из наблюдений над русским словоупотреблением конца XX века. СПб., 2001. 72 с.
7. Верещагин Е. М. Феномен логоэпистемы в свете лингвофилософских воззрений И. А. Бодуэна де Куртэнэ // Бодуэновские чтения. Казань, 2001.
8. Жданов В. Н. Логоэпистема как знаковая лингвокультурологическая единица русского дискурса // Гуманитарные науки и проблемы современной коммуникации : материалы I Междунар. науч.-практ. междисциплинар. интернет-конф. (Якутск, 17–24 мая 2013 года). Якутск, 2013.
9. Золотарева С. А. Логоэпистема соприкосновение двух знаковых систем: языка и культуры // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2010. № 2. С. 12–15.
10. Канаева Е. К. Текстовые функции логоэпистемы (на материале газетных заголовков) : автореф. ... дис. канд. филол. наук. М., 2007. 22 с.
11. Колшанский Г. В. Контекстная семантика. М. : Наука, 1980.
12. Крюков А. Н. Фоновые знания и языковая коммуникация // Этнопсихоллингвистика. М. : Наука, 1988. С. 19–34.
13. Попова Е. А. Прецедентные тексты в обучении русскому языку // Русский язык в школе. 2007. № 3. URL: <http://do.gendocs.ru/docs/index270849.html> (дата обращения: 08.11.2022).
14. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. М. : Языки славянской культуры, 2002.
15. Татарина Н. В. Логоэпистемы из русских народных сказок в коммуникативном пространстве носителей русского языка : автореф. ... дис. канд. филол. наук. М., 2007. 24 с.

References

1. Alefirenko NF. Lingvokul'turologiya: Cennostno-smy'slovoe prostranstvo yazy'ka = Linguoculturology: the value-semantic space of language] Moscow: Flinta: Nauka; 2010. 288 p. (In Russ.).
2. Alefirenko NF. Logoepistemes and signs of indirectly derived nomination. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta = Bulletin of the South Ural State Humanitarian Pedagogical University*. 2014;(8):157-170. (In Russ.).
3. Alefirenko NF. Phraseological logoepistemes: archetypes and symbols. In *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazy'koznaniya = Issues on journalism, education and linguistics*. 2014;(13(184)). Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologicheskie-logoepistemy-arhetipy-i-simvoly> (accessed: 08.11.2022). (In Russ.).
4. Bartmin'skij E. Yazy'kovej obraz mira: ocherki po e'tnolingvistike = the linguistic image of the world: essays on ethnolinguistics. Moscow: Indrik; 2005. 528 p. (In Russ.).

5. Burvikova ND, Kostomarov VG. Logoepistematic component of modern linguistic taste. *Filologicheskie nauki = Philological sciences*. 2008;(2):3-11. (In Russ.).
6. Burvikova ND, Kostomarov VG. Starye mekhi i molodoe vino. Iz nablyudenij nad russkim slovoupotreblenijem konca XX veka = Old bottles and new wine. In *Observations on Russian word usage at the end of the XX century*. St. Petersburg; 2001. 72 p. (In Russ.).
7. Vereshhagin EM. The phenomenon of the logoepisteme in the light of the linguophilosophical views of I.A. Baudouin de Courtenay. In: *Bodue'novskie chteniya = Baudouin readings*. Kazan; 2001. (In Russ.).
8. Zhdanov VN. Logoepisteme as a symbolic linguoculturological unit of Russian Discourse. In *Gumanitarny'e nauki i problemy' sovremennoj kommunikacii» = Humanity sciences and problems of modern communication*. Yakutsk; 2013. (In Russ.).
9. Zolotareva SA. Logoepisteme the contact of two sign systems: language and culture. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = News of the Volgograd State Pedagogical University*. 2010;(2):12-15. (In Russ.).
10. Kanaeva EK. Tekstovye funkicii logoepistemy (na materiale gazetnyh zagolovkov) = Text functions of the logoepisteme (based on newspaper headlines). Abstract of Thesis. Moscow; 2007. 22 p. (In Russ.).
11. Kolshanskij GV. Kontekstnaya semantika = Contextual semantics. Moscow: Nauka; 1980. (In Russ.).
12. Kryukov AN. Background knowledge and language communication. In: *Etnopsikholingvistika = Ethnopsycholinguistics*. Moscow: Nauka; 1988. (In Russ.).
13. Popova EA. Precedent texts in teaching the Russian language. *Russkij yazyk v shkole = Russian language at school*. 2007;(3). Available from: <http://do.gendocs.ru/docs/index270849.html> (accessed: 08.11.2022). (In Russ.)
14. Sannikov VZ. Russkij yazyk v zerkale yazykovoj igry' = Russian language in the mirror of the language game. Moscow: Languages of Slavic Culture; 2002. (In Russ.).
15. Tatarinova NV. Logoepistemy iz russkih narodnyh skazok v kommunikativnom prostranstve nositelej russkogo yazyka = Russian folk tales logoepistemes in the communicative space of native speakers of the Russian language. Abstract of Thesis. Moscow; 2007. (In Russ.).

Информация об авторе

Ю. А. Васильева — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и литературы.

Information about the author

Julya A. Vasileva — Cand. of Sci. (Philology), Associate Professor of the Department of Russian and Literature.

Статья поступила в редакцию 18.08.2023; одобрена после рецензирования 25.08.2023; принята к публикации 02.10.2023.

The article was submitted 18.08.2023; approved after reviewing 25.08.2023; accepted for publication 02.10.2023.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.