

Научная статья

УДК 81.119

DOI: 10.47475/1994-2796-2026-508-2-155-164

КАТЕГОРИЯ РЕТРОСПЕКЦИИ В КРЕОЛИЗОВАННОМ МЕДИАТЕКСТЕ: РЕМИНИСЦЕНЦИЯ И ПРЕЦЕДЕНТНОСТЬ КАК СПОСОБЫ ЕЁ ВЫРАЖЕНИЯ (на материале прессы Германии)

Татьяна Александровна Ленкова

Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина, Рязань, Россия, talenk@yandex.ru, 0000-0001-8391-5000

Аннотация. Исследование посвящено применению категории ретроспекции в креолизованном медиатексте. Новизна работы заключается в том, что заявленная текстовая категория впервые анализируется на материале немецкой прессы, причем не в ее классическом литературном понимании, а как категория, присущая поликодовому тексту публицистического стиля и поэтому по-особому в нем преломляющаяся. В работе обобщены взгляды отечественных лингвистов на категорию ретроспекции в связи с ее применением в заголовочном комплексе креолизованного медиатекста, рассмотрены современные типы классификации категории ретроспекции и предложена своя классификация. Приемы реминисценции и прецедентности заявляются в работе как одни из самых часто встречающихся для оформления визуальной ретроспекции. Исследование проводилось в основном на заголовочных комплексах титульных статей с помощью метода лингвистического анализа. Цель исследования — выявить специфику выражения категории ретроспекции в семиотически осложненном медиатексте, а также специфику функций данной текстовой категории. Проведенное исследование позволило сделать вывод о том, что визуальная прецедентность и реминисценция как приемы визуальной ретроспекции наряду с информирующей и воздействующей функцией, присущей текстам СМИ в целом, выполняют интенсифицирующую функцию (экономящую вербальные средства выражения за счет использования других неязыковых средств презентации информации). Вновь выявленная специфическая функция визуальной ретроспекции отвечает современным потребностям целевой аудитории и позволяет печатным изданиям поддерживать конкурентоспособность на медиарынке.

Ключевые слова: категория ретроспекции, визуальная ретроспекция, визуальная реминисценция, визуальная прецедентность, креолизованный медиатекст, заголовочный комплекс, интенсифицирующая функция

Для цитирования: Ленкова Т. А. Категория ретроспекции в креолизованном медиатексте: реминисценция и прецедентность как способы её выражения (на материале прессы Германии) // Вестник Челябинского государственного университета. 2026. № 2 (508). С. 155–164. DOI: 10.47475/1994-2796-2026-508-2-155-164.

Original article

THE CATEGORY OF RETROSPECTION IN CREOLIZED MEDIA TEXT: REMINISCENCE AND PRECEDENCE AS WAYS OF ITS EXPRESSION (Based on the German Press)

Tatyana A. Lenkova

S. A. Yesenin Ryazan State University, Ryazan, Russia, talenk@yandex.ru, 0000-0001-8391-5000

Abstract. This study examines the use of the category of retrospection in a creolized media text. The novelty of this work lies in the fact that this textual category is analyzed for the first time using German press material, not in its classical literary sense, but as a category inherent to the polycoded journalistic style of text and therefore refracted in it in a unique way. This paper summarizes the views of Russian linguists on the category of retrospection in relation to its use in the title complex of a creolized media text. It examines modern types of classification of the category of retrospection and proposes its own classification. The techniques of reminiscence and precedence are stated in the paper as among the most frequently used in the design of visual retrospection. The study was conducted primarily on the title complexes of title articles using the method of linguistic analysis. The purpose of the study was to identify the specific expression of the category of retrospection in a semiotically complex media text, as well as the specific functions of this text category. The conducted study allowed us to conclude that visual precedence and

reminiscence as techniques of visual retrospection, along with the informative and influential functions inherent in media texts in general, perform an intensifying function (saving verbal means of expression due to the use of other non-linguistic means of information presentation). The newly identified specific function of visual retrospection meets the contemporary needs of the target audience and allows print publications to maintain competitiveness in the media market.

Keywords: category of retrospection, visual retrospection, visual reminiscence, visual precedent, creolized media text, headline complex, intensifying function

For citation: Lenkova TA. The Category of Retrospection in Creolized Media Text: Reminiscence and Precedence as Ways of its Expression (Based on the German Press). *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2026;(2(508):155-164. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2026-508-2-155-164.

Введение

Понятие категории ретроспекции существует в литературоведении не один десяток лет, однако в связи с идущими в обществе процессами визуализации, мультимедиализации, цифровизации ее содержательное наполнение претерпевает в последнее время некоторые изменения. Актуальность предлагаемого исследования обусловлена не только тем, что категория ретроспекции мало изучена в визуальном аспекте, но и тем, что подобный вид ретроспекции имеет свои отдельные особенности и может быть применим не только с воздействующей и информирующей функцией, но и с целью экономии издательской страницы, с целью интенсификации восприятия большого массива информации, выраженного визуально, но скрытого вербально.

И. Р. Гальперин, давший дефиницию тексту в классическом его понимании, полагал, что текст, развертываясь во времени и пространстве, не может избежать прерывистости из-за большого объема, поэтому последовательность фактов излагается в нем не всегда правильно [6].

С середины 1980-х гг. в обществе проявляются тенденции цифровизации и визуализации, которые наиболее яркую реализацию получили в публицистическом стиле. Общепринято, что у текстов массовой информации есть две основные функции — информирующая и воздействующая [22]. Чтобы каждая из функций осуществлялась в полной мере, тексты средств массовой информации должны иметь четкую и логичную структуру, медиаадресант не может позволить себе в рамках даже очень объемного материала смешение фактов.

Заявленная И. Р. Гальпериным проблема, характерная для классических вербально оформленных текстов, в креолизованном медиатексте решается по-иному.

Во-первых, сами медиатексты не являются такими уж большими, чтобы у медиаадресанта как автора не было возможности избежать прерывистости повествования. «Информационная перегрузка»

[7] снимается благодаря наличию нескольких семиотических кодов. Часть вербальной информации визуализируется, что, несомненно, облегчает общее восприятие материала. Редакции традиционных газет и журналов в поисках эффективной организации и оптимального содержания нашли решение в мультимедиализации [11], которая стала ответом на изменчивые потребности аудитории и следствием развития научно-технического прогресса.

Во-вторых, визуальная составляющая креолизованного медиатекста, которая оформляется прежде всего в медиадизайн, может быть двух видов: логической и метафорической [8]. Позволим себе разделить визуальный инструментарий на две части: к логическому направлению медиадизайна отнесем средства инфографики, то есть таблицы, схемы, шкалы и собственно саму структуру статьи, поскольку она тоже может иметь смыслообразующую функцию; к визуально-стилистическому, или метафорическому, направлению (в терминологии М. Р. Желтухиной) принадлежат такие художественные средства, как фото, рисунок, карикатура.

В-третьих, традиционный текстовый тип дизайна, согласно Д. А. Носаеву, постепенно трансформируется в текстографический [18]. Заголовочный комплекс в креолизованных медиатекстах превратился в навигационный механизм, способствующий оптимальному восприятию информации: данные преподносятся порционно — часть информации содержится в заголовке и подзаголовке, часть в подписи под визуальной составляющей, часть в лиде статьи или вводке, и только потом, приняв решение читать/не читать, медиаадресант переходит непосредственно к самому вербальному материалу [14].

В-четвертых, последовательное накопление информации невозможно без удержания в памяти информации, полученной ранее. Медиаадресанту важно большой массив данных «передать» медиаадресату, проинформировать его и, таким образом, воздействовать. Проще преподнести

ту информацию, которая будет вызывать какой-либо эмоциональный или интеллектуальный отклик, вызывать ассоциации. Для этого нужно опираться на фоновые знания представителей целевой аудитории, использовать такой прием, как категория ретроспекции, учитывать многие другие когнитивные категории медиадискурса [12], возможности эвокативного воздействия на реципиента [13].

Практически каждый медиатекст основан на ретроспекции, которая как категория текста предполагает целенаправленное действие со стороны медиаадресанта как автора. Перед нами стоит задача разобраться в том, как заявленная категория проявляет себя в заголовочном комплексе креолизованного медиатекста.

Определений понятия «ретроспекция» существует довольно много. По И. Р. Гальперину, «ретроспекция — грамматическая категория текста, объединяющая формы языкового выражения, относящие читателя к предшествующей содержательно-фактуальной информации» [6].

Н. В. Брускова полагает, что под ретроспекцией следует понимать последовательность изложения событий, когда последующий отрезок текста отсылает читателя к событиям, имевшим место раньше событий, описанных в предыдущем отрезке [4].

Вышеуказанные дефиниции относятся более к литературоведению, поскольку термин пришел изначально оттуда. Проблематикой ретроспекции занимались видные отечественные исследователи М. М. Бахтин [3], Д. С. Лихачев [15], Б. А. Успенский [20], называя ретроспекцию «воскрешением прошлого».

Однако есть попытки рассмотрения ретроспекции несколько с иной стороны, а именно не с позиции текста, а с позиции медиаадресата, воспринимающего этот текст. Так, например, М. М. Бубличенко указывает на то, что синонимом понятия «ретроспекция» является понятие «ретрокогниции» [5]. Иными словами, «ретроспекция» имеет отношение к медиаадресанту как к автору материала, так как именно он «заглядывает» в прошлое с тем, чтобы читатель с помощью «ретрокогниции», то есть познания прошлого, смог глубже проникнуть в замысел медиаадресанта.

Методы и материал исследования

Методологической основой работы является комплексный подход, обусловленный междисциплинарным характером исследования текстов СМИ: при анализе заголовочного комплекса креолизованного медиатекста применялись метод лингвистического наблюдения, метод случайной выборки, интерпретативный анализ, социолингвистический анализ,

психолингвистический анализ в аспектах создания и восприятия текста. Материалом исследования послужили периодические издания Германии — газета «Die Osrseezeitung» и журнал «Der Spiegel» за 1985–2019 гг. Общий объем проанализированного материала составляет 50 выпусков.

Результаты исследования и их обсуждение

В литературоведении глубоко разработана проблема дифференциации ретроспекции на виды. О. Л. Чернорицкая, обобщая теоретический материал по интересующей нас теме, говорит о том, что следует различать прямую ретроспекцию, когда в ходе повествования осуществляется непосредственное обращение к прошлому; косвенную, при которой прошлое упоминается лишь опосредованно, например через документы; линейную, когда события описываются в строгом хронологическом порядке; нелинейную, для которой характерна некоторая непоследовательность изложения событий [21]. Кроме того, ретроспекцию можно подразделить на объективно-авторскую (восприятие временного континуума медиаадресантом) и субъективно-читательскую (возвращение медиаадресатом к уже прочитанному для составления более четкой картины событий).

Согласно О. Л. Чернорицкой, функциями ретроспекции являются: создание многомерной картины действительности, реализация принципов психологизма, формирование исторической перспективы, осуществление философского осмысления реальности. Использование категории ретроспекции помогает восстановить события прошлого, переосмыслить или переоценить ситуацию, отобрать нужное/ненужное, создать последовательность и связь всех содержательных частей, активизировать познавательную деятельность медиаадресата.

О. Л. Чернорицкая особо выделяет функции ретроспекции в реалистической прозе:

- а) идеологическая (формирование авторской концепции истории, выражение философской позиции, создание исторического комментария);
- б) психологическая (раскрытие внутреннего мира персонажа, демонстрация эволюции характера, анализ мотивации поступков);
- в) композиционная (создание нелинейной структуры повествования, формирование многоуровневого хронотопа, создание художественных параллелей).

Вербальными средствами для выражения ретроспекции служат простые противопоставления, например, здесь — там, теперь — тогда; противопоставления времени и видов глагола, например,

настоящее время — прошедшее время; повторы, цитаты [1].

В текстах средств массовой информации источниками ретроспекции служат такие текстовые категории, как вертикальный контекст, фоновые знания, интертекстуальность и прецедентные тексты. В соответствии с этим можно было бы дифференцировать ретроспекцию несколько иначе, чем это было принято ранее, а именно на ретроспекцию вертикального контекста или фоновых знаний, ретроспекцию интертекстуальности и ретроспекцию прецедентности.

В научной литературе встречаются разные классификации категории ретроспекции, но они не относятся напрямую к языку массмедиа. Не претендуя на правильность и завершенность, мы предприняли одну из первых попыток подобной классификации на материале массмедийных текстов [14].

В основу классификации может быть положен источник ретроспекции. В соответствии с этим ретроспекция бывает интертекстуальной, прецедентной и ретроспекцией фоновых знаний.

Следующий критерий — *объем ретроспективной информации*, согласно которому ретроспекция подразделяется на «распространенную» (одно предложение и более) и «не распространенную» (слово, фраза).

Третьим критерием для классификации категории ретроспекции предлагаем считать *пространственно-временное отношение преподносимой информации к моменту действительности*, то есть то, насколько удалена/приблизена ретроспекция к нашим дням и нашим интересам.

Последний критерий классификации — *форма выражения* — является особенностью языка средств массовой информации. Соответственно по форме выражения ретроспекция может быть либо вербальной, либо иконической, либо синтезом этих двух форм. Вербальная форма выражения категории ретроспекции привычна и традиционна. Креолизованный медиатекст обладает возможностью «напомнить» читателю о тех или иных событиях с помощью иллюстраций, фотоснимков, схем. Подобная ретроспекция почти никогда не нуждается в дополнительном социокультурном комментарии, она доходчива, экспрессивна и экономична.

Одними из самых распространенных способов проявления категории ретроспекции в креолизованном медиатексте являются реминисценция и прецедентность, которые могут оформляться не только вербально, но и визуально.

Реминисценция

В литературе реминисценцией называется неявная отсылка к другому тексту, рассчитанная на ассоциации читателей. Реминисценцией можно также называть воспроизведение медиаадресантом как автором в тексте отдельных элементов своего или чужого произведения при помощи явных или скрытых цитат, заимствования образов. Реминисценции могут присутствовать в любом фрагменте текста: в названии, подзаголовке, названиях глав/ рубрик произведения [2].

Под визуальной реминисценцией понимается творческий прием в искусстве, который заключается в использовании структуры, отдельных элементов или мотивов более ранних произведений искусства на ту же или близкую тему [9]. Визуальная реминисценция (визуальное цитирование) используется как прием в медиадискурсе, при котором в тексте или на обложке издания используются отсылки к известным ранее произведенным текстам, изображениям или событиям. Это элемент интертекстуальности — свойства текстов, при котором они явно или неявно ссылаются друг на друга.

Источники реминисценций в медиматериалах могут быть разными: устойчивые выражения, цитаты из художественной литературы, критических, философских сочинений, фильмов, рекламные слоганы, политические лозунги. Реминисценция позволяет создателю использовать знакомые зрителю образы, чтобы изменить восприятие своего произведения. Она проявляется на разных носителях графического дизайна: в товарном знаке, фирменном стиле, журнале, буклете, плакате, сайте и других.

Реминисценция в печатных СМИ — одно из ключевых выразительных средств конструирования медиатекста. Использование визуальных реминисценций в медиадискурсе выполняет различные функции, такие как привлечение внимания читателей, поскольку заголовки с реминисценциями способны вызвать у читателя ассоциации, апеллируя к его фоновым знаниям и эмоциям; аргументация мысли — реминисценции помогают реализовать больше смыслов, используя их как аргументацию; создание комического эффекта благодаря неоднозначности содержания реминисценций и возможности создания комического эффекта, поскольку они известны и прочно закреплены в сознании определенного социума.

Важно, чтобы реминисценция, будь она вербальная или визуальная, легко декодировалась, то есть была бы доступна для понимания целевой

аудиторией. Для этого медиаадресанту необходимо опираться прежде всего на фоновые знания медиаадресата.

Приведем несколько примеров вербально-визуальной реминисценции на материале прессы Германии. Так, в журнале «Der Spiegel» № 43 за 1998 г. [27] помещена титульная статья выпуска, оформленная креолизованным медиатекстом.

На данной обложке мы наблюдаем сразу несколько реминисценций-аллюзий, которые расчитаны, скорее всего, исключительно на немецкую целевую аудиторию, причем старшего поколения. Во-первых, медиаадресант использует в оформлении медиадизайна цвета национального флага Германии — черный, красный, желтый. Это прямая отсылка-обращение к конкретной целевой аудитории — гражданам Германии. Медиаадресант умело «поработал» с каждым из цветов.

Красный цвет, символизируя огонь, прекрасно коррелирует с языками пламени в правом нижнем углу. Из-под сгорающего и опепеленного кусочка бумаги как бы случайно видна фраза «*Grosse Koalition gegen den Rechtsstaat*» (*Большая коалиция против правового государства*). Это историческая ретроспективная информация-напоминание, что в прошлом страна уже переживала нападки на правовое государство.

Желтый в язычках пламени, часто ассоциирующийся с опасностью, «работает в паре» с надписью «*Lausch*» (*Будь осторожен, прислушайся!*). Надписи на данной обложке представляют особый интерес и играют свою собственную немаловажную роль. Следующая надпись «*Angriff auf die Presse Freiheit*» (*Посягательство на прессу и свободу*) выполнена тоже в очень интересной манере, поскольку из-за необычного орфографического решения может трактоваться двояко. Так, если существительные *Presse Freiheit* соединить и написать одним сложным словом, то получится «*посягательство на свободу слова*». Если же между этими существительными поставить союз *und*, то перед нами уже «*посягательство на прессу и свободу*». Однако союз отсутствует, и сделано это намеренно, чтобы придать заголовку большей экспрессивности и эмоциональности. В любом случае, это вновь отсылка к прошлому Германии, к временам национал-социализма, когда попирались многие конституционно закрепленные права и свободы. В памяти у многих жителей Германии старшего возраста сохранились ночные погромы, сожжение книг на площадях.

Если охарактеризовать категорию ретроспекции в данном креолизованном медиатексте с позиций

литературоведения, то ее можно считать косвенной или опосредованной, нелинейной и авторской. Если мы будем полагаться на предложенную нами классификацию ретроспекции, то перед нами пример проявления вербально-визуальной ретроспекции, нераспространенной ретроспекции фоновых знаний.

Основная функция проанализированной ретроспекции с использованием реминисценции и аллюзии при помощи в основном визуальных средств заключается не в информировании читателя, а в воздействии и даже манипуляции, поскольку идущий сразу вслед за изобразительной частью материала вербальный фрагмент говорит всего лишь о некоторых изменениях в жилищном законодательстве Германии: «*Offenen Verfassungsbruch*» *nannte der SPIEGEL die Einschränkungen von Artikel 13 des Grundgesetzes* («*Die Wohnung ist unverletzlich*») (*SPIEGEL назвал ограничения статьи 13 Основного закона* («*Квартира неприкосновенна*») «открытым нарушением конституции».

Следующий пример взят из того же источника под № 6 за 2019 г. [29]. На визуальной составляющей креолизованного медиатекста изображен учебный парусник «*Gorch Fock*». «*Горх Фок*» — трехмачтовый барк, построенный в учебных целях по заказу ВМС Германии на гамбургской верфи. Назван он в честь известного немецкого писателя-мариниста Ганса Кинау, который подписывал свои произведения псевдонимом Горх Фок и известен как писатель-маринист в приключенческом жанре. При пристальном рассмотрении изобразительной составляющей креолизованного медиатекста читателя также ожидает «приключение».

Во-первых, название парусника отсылает нас к конкретному человеку, писателю и моряку, жизнь которого была полна приключений. Родился Ганс Кинау в Гамбурге, там же был построен и корабль.

Возникает вопрос, почему заголовок статьи звучит как «*Das Narrenschiff*» («*Корабль дураков*»), ведь это название отсылает нас к триптиху Иеронима Босха, единственно сохранившаяся часть которого называется «Аллегория чревоугодия и сладострастия» [23]. Подобная отсылка читателя к всемирно известному произведению искусства позволяет нам говорить не только об аллегории, но и о реминисценции. Подзаголовок материала объясняет всё: «*Gorch Fock: Einst Stolz der Marine, heute Symbol für das Elend der Bundeswehr*» («*Горх Фок: когда-то гордость военно-морского*

флота, а сейчас символ казнокрадства и нищеты бундесвера»).

Данная ретроспекция и реминисценция как ее прием имеют двуплановый характер. С одной стороны, произведение искусства, как правило, знакомо большинству образованных людей, вне зависимости от пола, возраста или национальности. С другой стороны, только жителям Германии известны подробности истории парусника. Полагаем, что мы можем смело из целевой аудитории «немцы» убрать лиц женского пола и юного возраста, поскольку парусник был заложен почти век назад, и далеко не все женщины увлекаются флотом. Эти факторы влияют на значительное уменьшение целевой аудитории. Данный пример предлагает синтез визуальной аллегории и вербальной реминисценции с обязательной опорой на фоновые знания.

Обобщая проанализированные примеры оформления категории ретроспекции в форме реминисценции, скажем, что использование данного приема имеет в медиатексте, наряду с указанными ранее функциями, еще одну, характерную, по всей вероятности, именно для языка СМИ, — «экономическую» целесообразность: медиаадресант как автор, опираясь на фоновые исторические знания своего массового медиаадресата, вводит его в тему, приглашает вспомнить нечто произошедшее когда-либо, подталкивает к размышлению и анализу современности, используя при этом, как правило, квинтэссенцию вербальных и визуальных возможностей уже в заголовочном комплексе и экономя на традиционном вербальном тексте непосредственно самой статьи.

Прецедентность

Следующий способ выражения категории ретроспекции — прецедентность. Впервые термин «прецедентный текст» был употреблен лингвистом Ю. Н. Карауловым в работе «Русский язык и языковая личность» в 1987 г. [10]. Он понимал под прецедентными текстами тексты, значимые для конкретной личности в познавательном и эмоциональном отношении, известные широкому окружению (включая предшественников и современников), к которым говорящий неоднократно обращается в речи. Визуальная прецедентность в лингвистике — это явление, при котором прецедентные феномены выражены с помощью визуальных средств. Данное понятие введено Л. А. Мардиевой в 2011 г. [16]. Публикаций на тему визуальной прецедентности на данный момент достаточно мало, можем лишь упомянуть недавнюю работу

С. Ю. Павлиной, посвященную анализу прагматических аспектов прецедентных феноменов, используемых в британских и американских предвыборных плакатах [19].

Л. А. Мардиева разделяет прецедентные визуальные феномены и прецедентные визуальные образы. Первые означают хранящиеся в памяти представителей определенного социокультурного сообщества зрительные образы культурного пространства. Второе понятие — это результат материализации визуального образа в текстовых структурах, вербальных и невербальных.

Казанскому исследователю принадлежит не только термин «визуальная прецедентность», но и первая попытка классификации данного понятия. Итак, прецедентные феномены, согласно Л. А. Мардиевой, могут быть следующие: прецедентные жестовые стигматы, которые включают все узнаваемые телодвижения; прецедентные предметы [17].

Попробуем проанализировать данную классификацию на примерах немецкой прессы. Любопытными представляются статьи на одну и ту же тему: выборы в Передней Померании. Материалы опубликованы в разных немецких изданиях, в журнале «Der Spiegel» и в газете «Die Ostseezeitung». В журнале статья называется «*Der mächtig nette Herr Holm*» («крайне/страшно милый господин Хольм»), а в газете «*Der nette Herr Holm von der afd-ein Rechter auf dem Weg zum Schweriner OB*» («Милый господин Хольм из АДГ-правый на пути к Шверинскому ОБ») [25; 24]. Интересно, что даже жест главного персонажа фотографии подмечен обоими медиаадресантами как авторами медиа-сообщения, что говорит о прецедентности этого феномена в обществе. Изображение производит на читателя неоднозначное впечатление, поскольку милый и улыбчивый человек использовал жест, характерный для времен нацистской Германии. Этот жест, в данном случае, возможно, совершенно произвольный, тут же получил вербальное подкрепление в виде эпитета *mächtig* — «страшно» и фотоподписи в журнале «Der Spiegel» — «*Spitzenkandidat mit zwei Gesichtern*» («Кандидат в лидеры с двумя лицами»). Как известно, для Германии — это печально знакомый знак, «кин» (телодвижение) жеста — приветствия вытянутой рукой трансформировался с течением времени в Германии 1930-х — начала 1940-х гг. в приветствие фюрера «Heil Hitler!» («Да здравствует Гитлер!»), приобретя на долгие годы совершенно четкие коннотации и став одним из исторических маркеров эпохи.

Следующий пример взят из журнала «Der Spiegel» № 12 от 18 марта 1985 г. На титульной статье номера было помещено фото нового секретаря политбюро КПСС М. С. Горбачева [26]. На заднем плане помещено изображение серпа и молота — символа Союза Советских Социалистических Республик. Серп не всегда символизировал крестьянство, а молот — рабочий класс. Чуть позже скрещенные орудия труда стали использоваться для обозначения дружбы двух трудящихся классов. Только потом серп и молот превратились в один из символов СССР и теперь воспринимаются не иначе как визуальный прецедентный феномен, а точнее в классификации Л. А. Мардиевой, прецедентный предмет.

На следующей обложке журнала «Der Spiegel» № 10 от 5 марта 2007 г. «Der Staat Gasprom» («Государство Газпром») нам встречается еще один визуальный прецедентный феномен-предмет — на голове В. В. Путина шапка-ушанка со звездой. Этот предмет и создаваемый им образ давно вошли в сознание не только русских людей, но особенно иностранцев как нечто ассоциирующееся только с Россией [28]. Более того, подзаголовок звучит как «Putins Energie-Imperium» («Энергетическая империя Путина»). Эта вербальная подпись со словом «империя» является, на наш взгляд, тоже прецедентной, так как Россию всегда считали империей.

Проанализированные случаи визуальной прецедентности свидетельствуют о том, что с помощью того или иного образа медиаадресант как автор публицистического материала может не только оперативно и «энергоэкономично» (без лишних

затрат вербальных ресурсов) информировать, но и воздействовать на своего медиаадресата.

Выводы

Проведенное исследование позволило нам сделать следующие выводы.

Во-первых, категория ретроспекции в креолизованных медиатекстах служит снятию прерывистости повествования, о которой как о проблеме больших текстов писал И. Р. Гальперин. С одной стороны, этому способствует сама структура медиатекста, разделенная на определенные фрагменты, но, с другой стороны, сама сущность семиотически осложненного текста позволяет ему интенсифицировать самого себя: огромные информационные пласты не подаются вербально, они визуализируются, вбирая в себя самые разнообразные пласты знаний (исторические, политические, социальные, лингвокультурные). Всё то, что еще тридцать лет назад оформилось бы «безразмерной» вербальной статьей, сейчас может быть умещено в одну визуальную или вербально-визуальную вставку.

Во-вторых, визуальные реминисценция и прецедентность в современных креолизованных медиатекстах довольно часто оформляют категорию ретроспекции, основываясь прежде всего на фоновых знаниях представителей целевой аудитории. Этот факт должен быть непременно учтен при продуцировании материала, чтобы не возникало аберрантного понимания.

В-третьих, исследование визуальной ретроспекции и способов ее выражения находится, по нашему мнению, в самом своем начале, а потому представляется чрезвычайно перспективным.

Список источников

1. Алещанова И. В., Сергеева О. В., Желтухина М. Р. Виды и функции цитат в англоязычном цифровом медиадискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. 2025. № 2 (496). С. 46–53. DOI: 10.47475/1994-2796-2025-496-2-46-53.
2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М. : Совет. энциклопедия, 1966. 607 с.
3. Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. Работы разных лет. М. : Азбука : Азбука-Аттикус, 2024. 672 с.
4. Брускова Н. В. Категории ретроспекции и проспекции в художественном тексте: на материале немецкого языка : дис. ... канд. филол. наук. М., 1983. 181 с.
5. Бубличенко М. М. Большой изотерический справочник. Ростов н/Д. : Феникс, 2010. 252 с.
6. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М. : Наука, 1981. 139 с.
7. Еляков А. Д. Информационная перегрузка людей // Социологические исследования. 2005. № 5. С. 114–121.
8. Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность массмедиаального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ : монография. М. : Ин-т языкознания РАН ; Волгоград : Изд-во ВФ МУПК, 2003. 656 с.
9. Жуков А. С. Литературные реминисценции в материалах СМИ // Филология и лингвистика в со-

временном обществе : материалы II Междунар. науч. конф. (г. Москва, февраль 2014 г.). М. : Буки-Веди, 2014. С. 148–151.

10. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М. : УРСС, 2004. 261 с.
11. Кирия И. Мультимедиа и новые принципы новостей // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качаевой. М. : 2010. С. 30–47.
12. Коновалова М. В. К вопросу о когнитивной категории в медиадискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 4 (426). С. 100–108.
13. Коновалова М. В. Эвокативное воздействие на примере вербализации концепта „Нью-Йорк“ в заголовках медиатекстов // Вестник Челябинского государственного университета. 2025. № 6 (500). С. 106–114.
14. Ленкова Т. А. Функции категории ретроспекции в медиалингвистике (на материале современной прессы Германии) // Российский научный журнал. 2011. № 5 (24). С. 253–259.
15. Лихачев Д. С. Развитие русской литературы X–XVII веков. Л., 1987. 256 с.
16. Мардиева Л. А. Коллективная культурная память общества (прецедентные визуальные образы и феномены) // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2011. № 3 (15). С. 202–207.
17. Мардиева Л. А. Визуальная прецедентность как объект лингвистических исследований: современное состояние и перспективы развития // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2023. Т. 165, № 3. С. 19–32.
18. Носаев Д. А. Влияние элементов графической модели периодического издания на его успешность // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. 2013. Вып. 3. С. 207–212.
19. Павлина С. Ю. Функционирование прецедентных феноменов в визуальной политической коммуникации // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. № 1. С. 93–101.
20. Успенский Б. А. Избранные труды : в 3 т. Т. 1. М. : Языки рус. культуры, 1996. 605 с.
21. Чернорицкая О. Л. Ретроспектива. Ретроспекция. URL: <https://rexgolg.ru/page28> (Дата последнего обращения: 19.01.2026).
22. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования: монография. М. : Флинта : Наука, 2014. 344 с.
23. Корабль дураков. URL: <https://collections.louvre.fr/ark:/53355/cl010062860> (Дата последнего обращения: 19.01.2026).
24. Die Ostseezeitung. URL: <https://www.ostsee-zeitung.de/politik/regional/der-nette-herr-holm-von-der-afd-ein-rechter-auf-dem-weg-zum-schweriner-ob-CXKTDTLJQ5BULFJ27S5NNXAP7Y.html> (Дата последнего обращения: 19.01.2026).
25. Der Spiegel. URL: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/afd-will-bei-wahl-in-mecklenburg-vorpommern-cdu-ueberholen-a-1109922.html>
26. Der Spiegel. URL: <https://www.spiegel.de/spiegel/print/index-1985-12.html> (Дата последнего обращения 19.01.2026)
27. Der Spiegel. URL: <https://www.spiegel.de/spiegel/print/index-1998-43.html> (Дата последнего обращения 19.01.2026)
28. Der Spiegel. URL: <https://www.spiegel.de/nachrichtenarchiv/artikel-05.03.2007.html> (Дата последнего обращения 19.01.2026)
29. Der Spiegel. URL: <https://www.spiegel.de/spiegel/print/index-2019-6.html> (Дата последнего обращения 19.01.2026)

References

1. Aleshchanova IV, Sergeeva OV, Zheltukhina MR. Types and functions of quotations in English-language digital media discourse = Vidy i funktsii tsitat v angloyazychnom tsifrovom mediadiskurse. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2025;(2(496):46-53. DOI: 10.47475/1994-2796-2025-496-2-46-53. (In Russ.).
2. Akhmanova OS. Dictionary of linguistic terms = Slovar' lingvisticheskikh terminov. Moscow, Sovetskaya entsiklopediya; 1966. 607 p. (In Russ.).

3. Bakhtin MM. Problems of Dostoevsky's Poetics. Works from Different Years = "Problemy poetiki Dostoevskogo. Raboty raznykh let". Moscow, Azbuka; Azbuka-Attikus; 2024. 672 p. (In Russ.).
4. Bruszkova NV. Kategorii retrospektsii i prospektsii v khudozhestvennom tekste: na materiale nemetskogo yazyka = Categories of Retrospection and Prospection in Literary Texts: A Study of the German Language. Doctoral dissertation (Cand. Sci. [Philol.]). Moscow; 1983. 181 p. (In Russ.).
5. Bublichenko MM. The Great Isoteric Reference = Bol'shoi izotericheskii spravochnik. Rostov on Don, Feniks; 2010. 252 p. (In Russ.).
6. Gal'perin IR. Text as an Object of Linguistic Research = Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya. Moscow, Nauka; 1981. 139 p. (In Russ.).
7. Elyakov AD. Information overload of people = Informatsionnaya peregruzka lyudei. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2005;(5):114-121. (In Russ.).
8. Zheltukhina MR. Tropological Suggestiveness of Mass Media Discourse: On the Problem of the Speech Impact of Tropes in the Media Language = Tropologicheskaya suggestivnost' massmedial'nogo diskursa: o probleme rechevogo vozdeistviya tropov v yazyke SMI. Monograph. Moscow; 2003. 656 p. (In Russ.).
9. Zhukov A. S. Literary Reminiscences in Media Materials = Literaturnye reministsentsii v materialakh SMI. In: *Filologiya i lingvistika v sovremennom obshchestve: materialy II Mezhdunar. nauch. konf.* (Moscow, February, 2014). Moscow, Buki-Vedi; 2014. Pp. 148–151. (In Russ.).
10. Karaulov YuN. Russian language and linguistic personality = Russkii yazyk i yazykovaya lichnost'. Moscow, URSS; 2004. 261 p. (In Russ.).
11. Kiriya I. Multimedia and New News Principles = Mul'timedia i novye printsipy novostei. In: *Journalism and Convergence: Why and How Traditional Media Are Turning into Multimedia Media = Zhurnalistika i konvergentsiya: pochemu i kak traditsionnye SMI prevrashchayutsya v mul'timediinye*. Ed by A. G. Kachkaeva. Moscow; 2010. Pp. 30–47. (In Russ.).
12. Konovalova MV. On the issue of cognitive categories in media discourse = K voprosu o kognitivnoi kaiegorii v mediadiskurse. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2019;(4(426):100-108. (In Russ.).
13. Konovalova MV. Evocative impact on the example of the concept "New York" in media text headlines = Evokativnoe vozdeistvie na primere verbalizatsii kontsepta „N'yu-Iork“ v zagolovkakh mediatekstv. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2025;(6(500):106-114. (In Russ.).
14. Lenkova TA. The functions of the retrospective category in media linguistics (based on the contemporary German press) = Funktsii kategorii retrospektsii v medialingvistike (na materiale sovremennoi pressy Germanii). *Rossiiskii nauchnyi zhurnal*. 2011;(5(24):253-259. (In Russ.).
15. Likhachev DS. The Development of Russian Literature in the 10th-17th Centuries = Razvitie russkoi literatury X–XVII vekov. Leningrad; 1987. 256 p. (In Russ.).
16. Mardieva LA. Collective cultural memory of society (precedent visual images and phenomena) = Kollektivnaya kul'turnaya pamyat' obshchestva (pretsedentnye vizual'nye obrazy i fenomeny). *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiiskaya i zarubezhnaya filologiya*. 2011;(3(15):202-207. (In Russ.).
17. Mardieva LA. Visual Precedence as an Object of Linguistic Research: Current State and Development Prospects = Vizual'naya pretsedentnost' kak ob'ekt lingvisticheskikh issledovaniy: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya. *Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta. Seriya Gumanitarnye nauki*. 2023;165(3):19-32. (In Russ.).
18. Nosaev DA. The impact of the elements of a periodical's graphical model on its success = Vliyanie elementov graficheskoi modeli periodicheskogo izdaniya na ego uspešnost'. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. Filologiya i iskusstvovedenie*. 2013;(3):207-212. (In Russ.).
19. Pavlina SYu. The functioning of precedent phenomena in visual political communication = Funktsionirovanie pretsedentnykh fenomenov v vizual'noi politicheskoi kommunikatsii. *Vestnik VGU. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*. 2023;(1):93-101. (In Russ.).
20. Uspenskii BA. Selected Works: In 3 Volumes. Vol. 1 = Izbrannye trudy: v 3 t. T. 1. Moscow; 1996. 605 p. (In Russ.).
21. Chernoritskaya OL. A retrospective = Retrospektiva. Available from: <https://rexgolg.ru/page28> [Accessed 19 January 2026]. (In Russ.).
22. Shelestyuk EV. Speech impact: ontology and research methodology = Rechevoe vozdeistvie: ontologiya i metodologiya issledovaniya. Monograph. Moscow; 2014. 344 p. (In Russ.).
23. Korabl' durakov. Available from: <https://collections.louvre.fr/ark:/53355/cl010062860> [Accessed 19 January 2026]

24. Die Ostseezeitung. Available from: <https://www.ostsee-zeitung.de/politik/regional/der-nette-herr-holm-von-der-afd-ein-rechter-auf-dem-weg-zum-schweriner-ob-CXKTDTLJQ5BULFJ27S5NNXAP7Y.html>. [Accessed 19 January 2026]

25. Der Spiegel. Available from: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/afd-will-bei-wahl-in-mecklenburg-vorpommern-cdu-ueberholen-a-1109922.html> [Accessed 19 January 2026]

26. Der Spiegel. Available from: <https://www.spiegel.de/spiegel/print/index-1985-12.html> [Accessed 19 January 2026]

27. Der Spiegel. Available from: <https://www.spiegel.de/spiegel/print/index-1998-43.html> [Accessed 19 January 2026]

28. Der Spiegel. Available from: <https://www.spiegel.de/nachrichtenarchiv/artikel-05.03.2007.html> [Accessed 19 January 2026]

29. Der Spiegel. Available from: <https://www.spiegel.de/spiegel/print/index-2019-6.html> [Accessed 19 January 2026]

Информация об авторе

Т. А. Ленкова — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры романо-германских языков и методики их преподавания.

Information about the author

T. A. Lenkova — Cand. Sci. (Philology), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Romance and Germanic Languages and Methods of Teaching.

Статья поступила в редакцию 15.10.2025; одобрена после рецензирования 29.12.2025; принята к публикации 14.01.2026.

The article was submitted 15.10.2025; approved after reviewing 29.12.2025; accepted for publication 14.01.2026.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.