



УДК 811.161.1'271.2

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ КАК ПОКАЗАТЕЛИ УРОВНЯ КУЛЬТУРЫ В СТУДЕНЧЕСКОМ ОБЩЕНИИ

О. С. Незнаева

Незнаева Ольга Сергеевна, аспирант кафедры русского языка и речевой коммуникации, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, osneznaeva@gmail.com

В статье рассматриваются особенности функционирования прецедентных феноменов в студенческой речи. Выявляется связь между источниками употребляемых прецедентных феноменов и уровнем культуры студенческого сообщества.

Ключевые слова: прецедентный феномен, студенческое общение, коммуникативное пространство, уровень культуры.

Precedent Phenomena as Culture Level Indicators in Student Communication

O. S. Neznayeva

Olga S. Neznayeva, ORCID 0000-0003-4281-3969, Saratov State University, 83, Astrakhanskaya Str., Saratov, 410012, Russia, osneznaeva@gmail.com

The article considers some peculiarities of precedent phenomena functioning in student speech. The author elicits the connection between the sources of the precedent phenomena employed and the student community culture level.

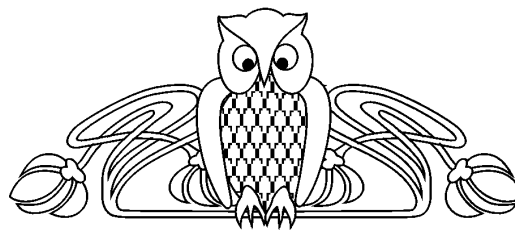
Key words: precedent phenomenon, student communication, communicative space, culture level.

DOI: 10.18500/1817-7115-2018-18-1-30-34

На протяжении всей жизни мы постоянно сталкиваемся с разными текстами. Они формируют наше представление о мире, участвуют в становлении нас как личности. В процессе коммуникации мы часто используем аллюзии на исторические события, цитаты из литературы и кино, упоминаем имена известных людей для того, чтобы лучше выразить свои мысли, чтобы нас понял представитель нашей лингвокультуры. Такие единицы, которые хранят в себе культурно-историческую память, принято называть прецедентными феноменами (далее ПФ)¹.

Исследование прецедентных феноменов актуально в современной лингвистике, так они помогают установить контакт между собеседниками (малознакомые люди, используя общеизвестные прецедентные феномены, быстрее достигают эмоционального комфорта друг с другом), способствуют адекватному пониманию нового сообщения (так как собеседнику легче понять сказанную фразу из-за аллюзий на знакомый ему источник).

В современных работах рассматривается, как правило, функционирование прецедентных



феноменов в СМИ, в рекламе, в литературных произведениях. Вызывает интерес исследование специфики их употребления в устной речи. ПФ представлены в виде фрагментов знакомых тестов, которые употребляются в процессе коммуникации. С помощью этих единиц человек более экспрессивно, ярко и лаконично выражает свои мысли.

Целью исследования является изучение функционирования ПФ в речи студентов СГУ им. Н. Г. Чернышевского. В работе были рассмотрены 500 микродиалогов.

Каждый человек ежедневно сталкивается с различными типами деятельности, при которых происходит общение, т. е. человек постоянно находится в определенном пространстве общения, или в коммуникативном пространстве. Под коммуникативным пространством понимается среда, в которой происходит постоянное взаимодействие разных людей: «... всякий акт употребления языка <...> представляет собой частицу непрерывно движущегося потока человеческого опыта»².

Коммуникативный акт вбирает в себя все особенности ситуации, в которой он был создан (намерение автора, взаимодействие адресанта и возможных адресатов, обстоятельства, которые тем или иным способом отображены в передаваемой информации, исторические, идеологические особенности эпохи и той среды, которая окружает говорящего и т. д.)³. Таким образом, в процессе общения наблюдается погружение адресата общения в коммуникативное пространство.

Исходя из данного определения коммуникативного пространства, можно рассмотреть студенческое сообщество как среду, в которой происходит постоянное взаимодействие людей в возрасте от 17 до 26 лет, студентов разных факультетов. Это можно наблюдать как внутри одного факультета, так и среди представителей разных направлений подготовки. Внутри данного коммуникативного пространства есть общий набор культурно значимых объектов, популярных явлений, знакомых всем его представителям. В связи с этим, как нам кажется, можно говорить о ПФ, употребляемых представителями студенческого сообщества.

Д. Б. Гудков и В. В. Красных в своих работах говорят о **культурном пространстве**, т. е. «о форме существования культуры в сознании». Когда человек воспринимает отдельные культурные реалии, в его сознании формируется система отдельных культурных знаков, которые имеют свою структуру и связи⁴.



Б. М. Гаспаров пишет, что «основу нашей языковой деятельности составляет гигантский “цитатный фонд”, восходящий к нашему языковому опыту»⁵. Многие ученые, среди которых Ю. Н. Караулов, И. Н. Горелов, К. Ф. Седов, говорят о формировании речевой субкультуры среди представителей определенного сообщества. Она существует в виде обрывков литературных произведений, исторических событий и т. д. Полагаем, что в современном мире можно говорить о существовании студенческой субкультуры. Она содержит характерный для нее специфичный набор прецедентных феноменов.

Г. Г. Слышкин выделяет несколько условий, которые должны быть соблюдены при апелляции к ПФ. Среди них – понимание адресантом, что он совершил реминисценцию на определенный ПФ, знание адресатом исходного ПФ и осознание отсылки на него⁶.

При анализе ПФ в студенческой речи мы заметили, что эти условия соблюдаются не всегда. Очень часто, произнося ПФ, студент не помнит точно его источник. Так как в прецедентный феномен заложено наше представление о культуре, то важно проследить, являются ли ПФ сигналами культуры в студенческой речи. Для этого сначала, проанализировав собранный материал, мы рассмотрели, что является источником тех ПФ, которые употребляют студенты.

На втором этапе для того, чтобы попытаться понять, насколько хорошо студенты осознают связь между отсылкой и исходным текстом, было проведено интернет-анкетирование среди студентов разных факультетов СГУ. В нем приняли участие 167 человек, среди которых студенты, магистранты и аспиранты университета в возрасте от 17 до 26 лет. Среди опрошенных 65% женщин и 35% мужчин.

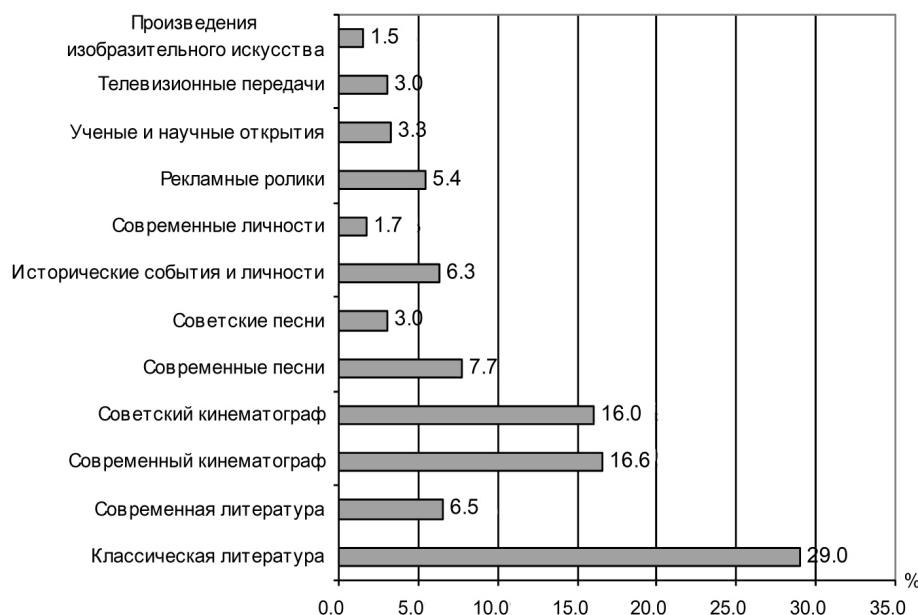
В анкете были представлены вопросы, направленные на выявление источников ПФ и приведение к исходному виду трансформированных прецедентных феноменов. Для анкеты были выбраны ПФ, которые употреблялись в речи студентов с разной частотой: от самых частотных до тех, которые встречались один или два раза; ПФ, источниками которых являлись разные сферы: кино, литература, реклама, история и т. д. Анкета разделена на три блока. Целью первой группы вопросов было выявить, насколько хорошо студенты различных факультетов и разных курсов представляют себе источники ПФ, которые они сами или их сверстники употребляют в речи. Во второй части анкеты были указаны прецедентные имена. В задачи участников анкетирования в данном случае входило указать эпоху или произведение искусства, к которому они относятся. Третья часть состояла из трансформированных ПФ, которые необходимо было привести к исходному виду.

Все анкеты были обработаны и результаты систематизированы. Для наглядности все виды источников в процентном соотношении представлены на рисунке.

Рассмотрим каждый из источников более подробно.

Литература

В результате анализа собранного материала было выявлено, что чаще всего студенты употребляют прецедентные феномены, источником которых является классическая литература (29%). При этом можно выделить ряд произведений, к которым чаще других обращаются говорящие: роман М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита» и повесть А. С. Пушкина «Капитанская дочка». При этом в большинстве случаев можно увидеть



Частотное соотношение источников прецедентных феноменов в речи студентов



апелляцию только к двум фразам: *Аннушка уже пролила масло* и *Русский бунт: бессмысленный и беспощадный*. Они употребляются чаще других и используются в основном в трансформированном виде. Возможно, такая популярность связана с тем, что произведения, которые являются источниками этих фраз, изучаются в школьном курсе, с ними знаком каждый выпускник. Приведенные ПФ яркие, используются для выражения эмоций в разных ситуациях.

Например, девушка жалуется подруге, почему она не любит ходить на пляж.

– *Я ненавижу пляж/ потому что я не умею плавать и обгораю!*

– *Да// русский пляж/ бессмысленный и беспощадный!*

В отличие от классической, апелляции к современной литературе происходят гораздо реже (6,5%). При этом очень часто сложно точно сказать, что именно в конкретном контексте выступает источником ПФ – книга или ее экранизация. Дело в том, что такие популярные в наше время книги и фильмы, как «Гарри Поттер», «Властелин колец», могли быть в равной мере как прочитаны студентами, так и увидены на экране телевизора.

К примеру, студентка рассказывает о своей вечерней прогулке по набережной:

Идешь по набережной/ смотришь на Крекинг/ а там Мордор!

В данном случае студентка употребила ПФ, источником которого является популярная трилогия книг Дж. Р. Р. Толкина «Властелин колец» и их экранизация.

С точки зрения понимания студентами литературных источников можно сделать вывод, что лучше всего испытуемые знакомы с теми литературными произведениями, которые они изучали в школе.

К примеру, лучше всего они знают роман М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита» – 97% респондентов соотнесли с ним фразу *Аннушка уже пролила масло*. ПФ *Все смешалось в доме Облонских* узнали 76%, в остальных случаях отсылка к произведениям количество правильных ответов уменьшается.

В некоторых случаях студенты понимают, что данный ПФ является для них знакомым, но не могут точно и правильно определить его источник. Многие называют только автора или путают одно произведение с другим, не менее популярным. Возможно, это связано с тем, что все эти цитаты и имена связаны с общими для нашей культуры текстами. Они употребляются в речи разных людей и со временем начинают восприниматься студентами как крылатые выражения, не соотнесенные с источником.

Если рассмотреть ПФ, источниками которых являются современные произведения, то можно заметить, что студенты с большей легкостью могут верно назвать источник, чем в случае, когда речь идет о классике. Только 5–10% студентов при анкетировании не смогли ответить на вопрос

об источнике приведенного ПФ. Это связано с популярностью среди рассматриваемой возрастной группы современных, издаваемых большим тиражом произведений.

Кинематограф

Вторым по частоте используемых источников является современный кинематограф (16,6%). Студенты смотрят современные фильмы, обсуждают их и, естественно, в своем общении совершают апелляции к известным ситуациям, употребляют фразы из фильмов и сериалов.

К примеру, студентка смотрит, как ее знакомая выпивает красную таблетку: *Что/ все-таки красную выбрала?!*

В данном случае говорящая вспоминает ситуацию из фильма «Матрица», где главный герой должен выбрать одну из двух предложенных ему таблеток. Студентка рассчитывает на то, что ее знакомая поймет отсылку.

При анализе анкет было выявлено, что ПФ, источником которых служат произведения современного кинематографа, также были угаданы многими испытуемыми.

Среди проанализированных примеров 16% занимают ПФ, источником которых являются советские фильмы. Это в основном известные всем цитаты, хрестоматийные ситуации, знакомые каждому, даже не видевшему сам фильм.

Например, студент, занимаясь очищением лука, с досадой говорит: *Какая гадость эта ваша заливная рыба!*

Такие фильмы в основном хорошо узнаваемы студентами, но зачастую учащиеся не могут точно ответить, как называется фильм, а указывают, что эта фраза, к примеру, из комедии Э. А. Рязанова.

В особую группу тут можно выделить мультипликационные фильмы, которые современные студенты, родившиеся в конце 1980-х – начале 1990-х гг., часто смотрели в детстве. Среди них «Трое из Простоквашино», «Маугли», «Ежик в тумане» и т. д. Апелляции к ним происходят очень часто, и, как видно из анкеты, они хорошо узнаваемы всеми представителями данной группы людей.

Например, три студентки сидят в комнате, одной из них кажется, что в дверь постучали. Соседка разувает ее в этом:

– *Кто там?!*

– *Это Катя стучит// Ты как та птичка из «Простоквашино»:// «Тук-тук»// «Кто там?»//*

Тексты песен

Следующими по частоте упоминания являются ПФ, источником которых являются тексты современных песен (7,7%). Чаще всего они употребляются студентами не в повествовательном виде, а соблюдая мелодию исходной песни. Это



помогает адресату легче узнать источник и понять, о чем хочет сказать ему автор сообщения.

Например, на студенческом собрании, после оглашения всей информации, руководитель проекта ждет вопросов от собравшихся: *Задавайте вопросы/ не надо стесняться//*

Цитаты из текстов советских песен встретились в студенческой речи лишь в 3% случаев. Это в основном очень известные песни из фильмов или часто исполняющиеся на праздниках композиции. Например, двое друзей молча идут по улице, один из них озабочен какой-то проблемой. Чтобы его немного приободрить и снова возобновить разговор, второй участник ситуации говорит: *Не думай о секундах свысока//*

Оба вида источников хорошо понимаются адресатами и редко бывают неизвестны. Однако для современных песен студенты могут назвать и исполнителя, и точное название, а для советских – только примерное название или продолжить строчку. Но они все-таки известны почти всем.

Исторические события и личности

Такой тип источников встретился в 6,3% собранных примерах. Это могут быть известные исторические личности или знаковые события разных эпох.

Например, студент не может понять, как называет wi-fi сеть в квартире его знакомого. Девушка, пришедшая с ним, помогает ему:

– *Зайди в вай-фай пролетарий//*

– *А это чей?//*

– *Ильи//*

– *А/ ну да/ я каждый раз удивляюсь// Какой у вас провайдер?// Владимир Ильич?//*

В данном случае происходит апелляция к Ленину, студент шутит над названием интернет-сети друга.

При анализе анкет было выявлено, что нередко студенты не до конца понимают, кем именно является та или иная историческая личность. Зная только имя, им сложно порой сказать, к какой стране, к какому веку она относится и тем более кем является.

К употреблению имен современных популярных личностей студенты прибегают редко (1,7% в проанализированных примерах). Упоминание таких прецедентных имен почти всегда удачно, так как о них многое известно современной молодежи.

Рекламные ролики

К рекламным роликам студенты обращаются не очень часто (5,4%), но обычно используют большую часть ролика, а иногда и разыгрывают его друг с другом. Например, студент жалуется на то, что он простыл, его собеседник тоже болен:

– *Я болею//*

– *Я тебя понимаю//*

– *Нет/ у тебя даже насморка нет//*

– *Вчера был/ но я приняла Колдрекс//*

Такие случаи происходят, когда один студент отвечает фразой из рекламы, а другой, понимая источник, принимает «правила игры» собеседника и отвечает ему таким же способом.

При анализе анкет была выявлена одна закономерность. Реклама и современные песни со временем перестают быть модными, так как реже транслируются по телевидению и на радио. В связи с этим они быстро забываются и через несколько лет после активного использования перестают быть узнаваемы всеми.

К примеру, фраза *Мне нужна свежая кровь* из рекламы энергетического напитка, актуальная несколько лет назад, сейчас осталась еще в употреблении некоторых людей, но ее источник смогли назвать только 1% испытуемых.

Ученые и научные открытия

Среди собранных примеров апелляция к прецедентным феноменам, источником которых является научная сфера, не была частой. Всего 3,3% студентов обращались в своей речи к научным деятелям и открытиям. Среди них в качестве самого часто упоминаемого имени можно назвать математика Шредингера. Этот ПФ часто употребляется в речи, с его помощью студенты описывают разные ситуации, в которых речь идет о противопоставленных вещах.

К примеру, молодой человек вместе со знакомым обсуждает прошедшую игру их команды:

– *Я иду и говорю Оле/ что мы плохо играем в чгк/ потому что мы не страшные бородатые мужики/ она согласилась//*

– *Да/ Оля такая//*

– *Это как расценивать?//*

– *Как комплимент Шредингера//*

В данном случае студент не может понять, как именно знакомая оценивает капитана их команды, с хорошей или с плохой стороны. Студентка, по сути, так и не отвечает, употребляя ПФ Шредингер.

В большинстве случаев говорящий, употребляя прецедентное имя, имеет представление о том человеке, который за ним стоит. При этом зачастую происходит апелляция к одной из основных внешних черт известной личности или особенностям его деятельности.

Телевизионные передачи

Этот тип источников ПФ найден в 3% приведенных примеров. В основном в них происходит апелляция к известным фразам, повторяющимся каждую передачу, благодаря чему многие люди запоминают данный ПФ.



Например, студенты разговаривают о том, что допуск к экзамену можно получить только при сдаче трех зачетов:

– Три зачета дают вам право на две шка-
тулки!!!

– Я выбираю деньги!!

Студент, отреагировавший на известный ему ПФ, решил продолжить игру и употребил другую известную фразу, обычно следующую за первой. Эта фраза включает в себя значение, которое можно узнать, только понимая источник ПФ. Игрок в передаче «Поле чудес» выбирает деньги, если он не хочет рисковать и попробовать выиграть приз. Употребляя прецедентное высказывание, студент хочет показать, что, вместо того чтобы сдавать три зачета, он готов выбрать что-то другое.

Как и в случае с рекламными роликами, ПФ, источником которых являются уже устаревшие передачи, вспоминаются гораздо реже, чем те, которые являются популярными на данный момент.

Произведения изобразительного искусства

В качестве наименее частотного источника прецедентных феноменов при анализе были выявлены произведения изобразительного искусства (1,5%). Студенты в данной группе используют обычно названия знакомых всем картин, например «Явление Христа народу», «Последний день Помпеи» и т. д. Они могут быть известны собеседникам только визуально, без знания художника.

Например, студентка рассказывает подруге о новом знакомом, который кажется ей слишком эгоистичным:

Он зашел/ было прям явление Христа народу!!

На основании проведенного анализа можно сделать несколько выводов.

1. Студенты формируют вокруг себя свою субкультуру, полную отсылок, цитат, имен исторических деятелей, ситуаций и т. д. Подтверждением этому может служить тот факт, что ПФ, которые чаще всего употребляются в речи студентов, легче всего узнаются студентами. То есть они говорят на своем языке, с общими для них культурными кодами. При этом данную субкультуру нельзя назвать закрытой, она постоянно пополняется и изменяется, то, что было популярно несколько лет назад, может уйти и больше не узнаваться студентами и не употребляться в общении. Образованное ими культурное пространство состоит как из классических произведений, имеющих

большую культурную ценность, так и из современных рекламных роликов. В студенческой среде функционирует набор определенных ПФ, свойственных их субкультуре.

2. Студенты достаточно хорошо помнят литературные произведения, которые изучали в школе. Они могут узнать классический фильм, в котором была употреблена цитата или разыгрывалась ситуация. То есть многие из таких ПФ хранятся в их когнитивной базе. Однако нередки случаи, когда студенты только воспринимают фразу, ситуацию или имя как прецедентные, но не могут назвать источник.

3. Популярны среди молодежи песни, книги, действующая реклама хорошо узнаваемы студентами. Они часто используют цитаты и имена героев из классической и неклассической, интересной для них литературы и быстро их узнают. Однако такие ПФ быстро сменяют друг друга, не задерживаясь на долгое время в памяти носителей языка.

4. Прецедентные имена имеют большую, чем прецедентные высказывания, возможность разных толкований. Тут нельзя сказать, что человек ошибается, он просто выбирает то, что для него является самым интересным и значимым на данный момент. К сожалению, часто это разрушает старые культурные связи, и многие молодые люди не могут определить героев литературных произведений, описать вид деятельности исторических личностей. Некоторые имена и фразы воспринимаются студентами как нарицательные имена или пословицы без авторства.

Таким образом, знание источников прецедентных феноменов очень важно для удачной коммуникации. Оно помогает расшифровать скрытые оттенки смысла и лучше понять смысл высказываний собеседника.

Примечания

- 1 См.: Караулов Ю. Русский язык и языковая личность. 6-е изд. М., 2007. С. 216.
- 2 Гаспаров Б. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М., 1996. С. 9.
- 3 Там же.
- 4 См.: Гудков Д. Прецедентное имя и проблемы прецедентности. М., 1999.
- 5 Гаспаров Б. Указ. соч. С. 105.
- 6 См.: Слышкин Г. От текста к символу : лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М., 2000.

Образец для цитирования:

Незнаева О. С. Прецедентные феномены как показатели уровня культуры в студенческом общении // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2018. Т. 18, вып. 1. С. 30–34. DOI: 10.18500/1817-7115-2018-18-1-30-34.

Cite this article as:

Neznayeva O. S. Precedent Phenomena as Culture Level Indicators in Student Communication. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philology. Journalism*, 2018, vol. 18, iss. 1, pp. 30–34 (in Russian). DOI: 10.18500/1817-7115-2018-18-1-30-34.