Содержание

Введение

I. Понятие о прецедентных текстах

II. Классификация прецедентных текстов на современном этапе

2.1 Различные подходы к пониманию прецедентности

2.2 Тематические группы прецедентных феноменов

2.3 Классификация прецедентных текстов по степени известности

2.4 Характер употребления прецедентных текстов с точки зрения сфер-источников

2.5 Интертекстуальность - следующий этап развития науки о прецедентных текстах

III. Лингво-прагматический анализ речи различных возрастных групп

3.1 Возрастные группы, употребляющие прецедентные тексты

3.2 Результаты анкетирования

3.3 Выявление социальной группы с коэффициентом общекультурных знаний

Заключение

Библиография

Приложения

# Введение

Современная лингвистика признала своим главным объектом текст, т.к. человек в своей "человеческой специфике всегда выражает себя (говорит), то есть создаёт текст" [1,301]. Вся наша жизнь проходит в текстовом окружении, из текстов различных типов мы получаем большую часть информации о мире. Помимо необходимости дать доступную информацию, человек ищет соответствующие средства связи (метафоры, цитаты, пословицы), позволяющие ярко, быстро, эмоционально и лаконично воздействовать на читателя, такие тексты в науке называются прецедентными.

Выдающийся русский мыслитель современности М.М. Бахтин писал:

”Я живу в мире чужих слов. И вся моя жизнь является ориентацией в этом мире, реакцией на чужие слова, начиная от их освоения (в процессе первоначального овладения речью) и кончая освоением богатств человеческой культуры. Все слова для каждого человека делятся на свои и чужие, но границы между ними могут смещаться, и на этих границах происходит напряжённая диалогическая борьба “ [1,367]. Значение прецедентных текстов для современного человека проявляется в большом количестве исследований по данной проблеме. Первым к понятию прецедентных текстов в своей работе “Русский язык и языковая личность” обратился исследователь Ю.Н. Караулов [2,216]. Вслед за Ю.Н. Карауловым такие исследователи, как Д.Б. Гудков, В.В. Красных, И.В. Захаренко [3,102] в своих научных работах использовали термин прецедентные феномены.

Важной приметой развития современного русского дискурса является рост его интертекстуальности, то есть увеличение использования в тексте других текстов. И если прежде употребление в речи пословиц, поговорок, афоризмов, крылатых слов, "говорящих" имён, цитат было в основном направлено на украшение речи, то сейчас это осмысливается как социокультурный феномен. Знание таких текстов свидетельствует о принадлежности человека к определённой социально-культурной группе, своей нации, эпохе, а также является показателем высокой речевой и общей культуры. Напротив, незнание прецедентных текстов - признак невысокой культуры речи индивида, предпосылка отторженности его от культуры своего народа. Поэтому исследование функционирования прецедентных текстов в речи современных носителей языка является **актуальным**.

**Цель** данного исследования - определить частотные группы прецедентных текстов, употребляемых различными поколениями людей.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

1) дать лингвистическое толкование понятию "прецедентный текст";

2) выявить основные классификации прецедентных текстов:

* различные подходы к понятию прецедентности;
* тематические группы прецедентных текстов;
* классификация прецедентных текстов по степени известности;
* характер употребления прецедентных текстов с точки зрения сфер-источников;
* интертекстуальность в русском языке;

3) выявить возрастные группы, употребляющие хрестоматийные тексты;

4) выявить возрастную группу с высоким коэффициентом общекультурных знаний;

5) провести ранжирование возрастных групп по степени владения общекультурными знаниями.

**Объектом** исследования являются возрастные группы; **предметом** исследования - прецедентные высказывания, употребляемые в речи различных возрастных групп.

**Теоретическая ценность**:

1) в работе предпринята попытка классификация прецедентных текстов по источнику происхождения;

прецедентный текст речь возрастной

2) установлена возрастная группа, обладающая наивысшим коэффициентом знаний.

**Практическая ценность**: Результаты научного проекта могут быть использованы в практике преподавания ряда дисциплин лингвистического профиля, при разработке элективных курсов по актуальным проблемам лингвистики. Итоги исследования могут стать иллюстрационным материалом социолингвистических исследований.

**Гипотеза:** Прецедентный текст является основным компонентом общекультурных знаний различных слоёв населения.

**Методы исследования:**

* Общетеоретический (анализ, синтез, классификация, обобщение);
* Социолингвистический (опрос, анкетирование);
* Сравнительно-сопоставительный;
* Статистический подсчёт.

# I. Понятие о прецедентных текстах

Теория прецедентности - это одно из самых развивающихся направлений современной лингвистики. Среди наиболее активных источников прецедентности в современной массовой коммуникации необходимо выделить такие, как “Литература “,“Театр и кино”, “Война”,” Политика”. К числу востребованных относятся такие сферы: “Музыка", “Экономика“, “Спорт“, “Реклама “.

Теория прецедентности впервые была предложена и теоретически обоснована Ю.Н. Карауловым. К числу прецедентных Ю.Н. Караулов относит "готовые, интеллектуально-эмоциональные блоки, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношении, хорошо известные в обществе и постоянно используемые в коммуникации" [2,].

Ю.Н. Караулов прецедентными назвал тексты, “значимые для личности в познавательном и эмоциональном отношении, имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности…Прецедентные тексты можно было бы назвать хрестоматийными в том смысле, что если даже они не входят в программу общеобразовательной школы, если даже их там не изучали, то всё равно все говорящие так или иначе знают о них, - прочитав ли их сами или хотя бы понаслышке. Знание прецедентных текстов есть показатель принадлежности к данной эпохе и её культуре, тогда как их незнание, наоборот, есть предпосылка отторженности от соответствующей культуры” [2,216]. А также, рассматривая способы и цели введения прецедентных текстов в дискурс, Ю.Н. Караулов выделяет несколько типов: номинативный (знак, вводящий прецедентный текст, указывает на какое-то характерное свойство, типовую примету); референтный (включение имен выдающихся людей в целях обогащения идейно-проблемного содержания произведения, наращивания его духовного заряда, увеличения воздейственной эстетической и этической мощи); цитирование.

Способы существования и обращения прецедентных текстов в обществе довольно однообразны, и их всего три:

1) натуральный способ, при котором текст в первозданном виде доходит до читателя или слушателя как прямой объект восприятия, понимания, переживания, рефлексии;

2) вторичный способ, предполагающий или трансформацию словесного текста в другой вид искусства (спектакль, оперу, балет, скульптуру, живопись, кино и т.д.), - или размышления по поводу исходного текста, представленные в статьях, рецензиях, исследованиях;

3) семиотический, точнее лингвосемиотический, способ, при котором обращение к прецедентному тексту происходит намёком, отсылкой,

признаком, и тем самым в процесс коммуникации включается либо весь текст, либо соотносимые с ситуацией общения или более крупным жизненным событием отдельные его фрагменты.

Караулов дал настолько широкое определение данных текстов, что в число этих феноменов оказалось возможным включить самые разнообразные единицы - лексемы, фразеологизмы, предложения, а также невербальные единицы: произведения архитектуры, живописи, музыки - это тоже своего рода “тексты“, а их названия, например, *Храм Василия Блаженного*, картина “*Запорожцы пишут письмо турецкому султану"* и др., составляют значительную часть национального фонда прецедентных знаков. Нельзя связывать тексты только с художественной литературой. Во-первых, потому что они существуют до неё - в виде мифов, преданий, устно-поэтических произведений, а во-вторых, и в наше время в числе прецедентных, наряду с художественными, фигурируют и библейские тексты, и виды устной народной словесности (притча, анекдот, сказка и т.п.), и публицистические произведения историко-философского и политического звучания. Хрестоматийность и общеизвестность обусловливает свойство прецедентных текстов: реинтерпретируемость (перешагивают рамки словесного искусства, где исконно возникли, воплощаются в других видах искусств, становясь тем самым фактом культуры и получая интерпретацию у новых и новых поколений).

Итак, прецедентные тексты носят хрестоматийный характер, составляют общекультурный фонд языка.

# II. Классификация прецедентных текстов на современном этапе

# 2.1 Различные подходы к пониманию прецедентности

Созданная Д.Б. Гудковым, И.В. Захаренко, В.В. Красных, Д.В. Багаевой [3, 120] теория прецедентных феноменов рассматривается как очередной этап в исследовании прецедентности и вместе с тем она тесно связана с учением об интертекстуальности.

Развивая точку зрения Ю.Н. Караулова, А.А. Евтюгина пишет, что "прецедентный текст является минимальным культурным знаком, выполняющим специализированную прагматическую функцию,

регулирующую отношения данного письменного текста к отсутствующему тексту, культурную память о котором хранит прецедент, попавший в новую текстовую среду" [4,59].Г. Г. Слышкин понимает прецедентные тексты шире, сняв некоторые ограничения, выделенные Ю.Н. Карауловым. Во-первых, по мнению Г.Г. Слышкина, можно говорить о текстах прецедентных для узкого круга людей - для малых социальных групп (семейный прецедентный текст, прецедентный текст студенческой группы). Во-вторых, существуют тексты, которые становятся прецедентными на относительно короткий срок и не только не известны предшественникам данной языковой личности, но и выходят из употребления раньше, чем сменится поколение носителей языка (рекламный ролик, анекдот) [5,353]. Е.А. Земская считает, что прецедентными могут быть тексты, включённые в текст в неизменном виде (цитация) и в трансформированном, переиначенном (квазицитация), поскольку они хорошо известны широкому кругу лиц, обладают свойством повторяемости в разных текстах [6,105].

Внутри прецедентов в широком понимании выделяется особая группа прецедентов, которая называется прецедентными феноменами.Д.Б. Гудков, В.В. Красных, И.В. Захаренко, Д.В. Багаева придерживаются теории о прецедентных феноменах, снимая многозначность термина "текст", подчёркивая, что прецедентный текст в их понимании - "законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности; (поли) предикативная единица, обращение к которому возобновляется в процессе коммуникации через связанные с этим текстом прецедентные высказывания или символы", которые являются прецедентными феноменами [3, 135].

По мнению В.В. Красных, "прецедентные феномены - это феномены:

1) хорошо известные всем представителям национально-лингвокультурного сообщества;

2) актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане;

3) обращение к которым постоянно возобновляется в речи представителей того или иного национально-лингвокультурного сообщества" [7,52].

Д.Б. Гудков придерживается другой точки зрения, определяя прецедентные феномены как единицы, которые "знакомы большинству лингвокультурного сообщества, хранятся в коллективной памяти этого сообщества и регулярно актуализируются в речи" [8,102]. По мнению О.А. Ворожцовой, " прецедентными феноменами называется особая группа вербальных или вербализуемых феноменов, которые известны любому среднему представителю того или иного лингвокультурного сообщества и входят в когнитивную базу этого сообщества" [9,222].

В результате предлагаемых уточнений определение приобретает следующую формулировку.

**Прецедентные феномены** - это феномены:

1) известные значительной части представителей лингвокультурного сообщества;

2) актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане;

3) обращение к которым обнаруживается в речи представителей соответствующего лингвокультурного сообщества. Прецедентные феномены отражают в тексте национальные культурные традиции в оценке и восприятии исторических событий и лиц, мифологии, памятников искусства, литературы, произведений устного народного творчества. В работах названных учёных отмечается, что прецедентные феномены могут быть как вербальными, так и невербальными (вербализуемыми): к первым относятся разнообразные вербальные единицы, тексты как продукты речевой деятельности, ко вторым - произведения живописи, архитектуры, музыкальные произведения.

# 2.2 Тематические группы прецедентных феноменов

В соответствии с наиболее авторитетной современной концепцией прецедентности разграничиваются следующие виды прецедентных феноменов: прецедентные имена, прецедентные высказывания, прецедентные тексты и прецедентные ситуации (Гудков, Захаренко, Красных, Багаева, 1997).

Говоря о прецедентности, мы различаем следующие понятия:

**Прецедентный текст**, который понимается как законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности; (поли) предикативная единица; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу… К числу прецедентных текстов принадлежат произведения художественной литературы (например, "*Евгений Онегин",* "*Война и мир*"*,* "*Кровь и пот*"), тексты песен, рекламы, анекдотов, политические публицистические тексты и т.д. Названия некоторых широко известных текстов могут использоваться метафорически. Например, Одиссея-это образное обозначение длительного и опасного путешествия.

**Прецедентное имя**, которое понимается как индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом, как правило, относящимся к прецедентным (например, *Абай Кунанбаев, Бухар-Жырау*), или с прецедентной ситуацией (например, *Станислав Куржей*, *Марат Жыланбаев*), широко известной носителям языка и выступающей как прецедентная. Прецедентные имена - важная часть национальной языковой картины мира, они задают национальную систему ценностей и антиценностей, которая в той или иной мере регулирует поведение представителей общества, объединяя “своих “ и противопоставляя им “чужих“. Прецедентное имя - лингвокультурологическая единица, обладающая экспрессивной, символической, коннотативной функциями, она способна передавать культурную информацию.

**Прецедентное высказывание**, которое понимается как репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности; законченная и самодостаточная единица, которая может быть или не быть предикативной; сложный знак, сумма значений которого не равна его смыслу; к числу прецедентных высказываний принадлежат цитаты из текстов различного характера (например, *Не спится, няня! Кто виноват? Что делать? Ждем-с!)*, а также пословицы (например, *Тише едешь - дальше будешь*).

**Прецедентная ситуация**, которая понимается как "некая "эталонная" ситуация, связанная с набором определенных коннотаций, дифференциальные признаки которых входят в когнитивную базу (например, *свадьба, День Шахтера,* *Новый год, именины*).

# 2.3 Классификация прецедентных текстов по степени известности

Человек является одновременно индивидуальной и коллективной языковой личностью, принадлежа к определенной социальной группе. Таким образам, в его сознании содержатся индивидуальные, социально-групповые и национально-культурные смыслы, закрепленные в языке, особенностях поведения, моральных нормах и убеждениях индивида.

Исходя из этого, В.В. Красных делит прецедентные феномены по степени известности на:

"универсально - прецедентные, известные любому современному индивиду;

социумно-прецедентные, которые известны любому среднему представителю того или иного социума; национально - прецедентные, которые известны любому представителю определенного лингвокультурного сообщества" [10, 164].

Н.А. Кузьмина противопоставляет две группы текстов. К первой из них относятся "сильные тексты", которые "испытаны временем и присутствуют в национальной культуре на протяжении жизни более двух поколений" (это преимущественно литературная классика, религиозные книги, имена и события, надолго остающиеся в народной памяти). Во вторую группу входят " ключевые тексты текущего момента", обращение к которым чрезвычайно активно в очень короткое время (реклама, шлягеры, телесериалы, политические и рекламные слоганы и т.п.) [11, 86].

Каждый народ отбирает только те прецедентные тексты, которые соответствуют его нравственным ценностям, мироощущению, мировосприятию и мировоззрению. Предметом исследования в нашей работе являются национально-прецедентные феномены, которые определяют этнокультурную специфику, отражая историю и культуру народа, национальный характер. А также в своей работе мы делим тексты на “сильные” и “ключевые тексты текущего момента“.

# 2.4 Характер употребления прецедентных текстов с точки зрения сфер-источников

Существенным этапом исследования прецедентности является обращение к сферам-источникам: важно определить, какие именно сферы (религия, фольклор, литература, театр, политика и др.) служат в том или ином социуме основным источником для репертуара прецедентных имен, событий, высказываний и текстов.

Рассмотрение сфер-источников прецедентности может предоставить также интересный материал как для оценки эрудиции, жизненного опыта, политических предпочтений, прагматических установок и речевого мастерства автора, так и для оценки авторского представления об аналогичных качествах адресата. Ю.Н. Караулов предлагает отнести к числу прецедентных явлений не только словесные тексты, но и названия музыкальных произведений, произведений архитектуры и живописи, исторические события и имена политических лидеров, что в свою очередь увеличивает и количество возможных сфер-источников прецедентности. Несколько позднее в качестве источников текстовых реминисценций был выделен еще более широкий круг исходных сфер, среди которых Библия, античная мифология, музыка, фольклор, популярные песни, политика. При обращении к иным коммуникативным дискурсам (реклама, средства массовой информации, бытовое общение) возникает необходимость использовать еще более детализированную классификацию сфер-источников: политические тексты, наука, спорт, медицина и др. Представляется, что подобные рабочие классификации не претендуют на логическую безупречность: они призваны помочь читателям лучше представить ведущие источники прецедентности.

В нашем исследовании сфер-источников прецедентных имен в дискурсе массовой коммуникации будет использована следующая рабочая классификация.

1. Социальная область, которая подразделяется на такие сферы, как политика, экономика, образование, развлечения, медицина, война, криминал, спорт.

2. Область искусств, к которой относятся такие сферы, как литература, театр и кино, изобразительные искусства, музыка, архитектура, мифология и фольклор.

3. Область науки, которая включает, в частности, следующие сферы гуманитарных и естественных знаний: математика, физика, химия, биология, история, география, филология.

4. Область религии, к которой относятся прецедентные феномены, которые восходят к религиозным текстам.

При необходимости классификацию можно сделать многомерной, то есть учесть и иные критерии.

# 2.5 Интертекстуальность - следующий этап развития науки о прецедентных текстах

Проблема интертекстуальности в лингвистике разрабатывается сравнительно недавно, так как изначально эта категория воспринималась исключительно как литературоведческая. Между тем, несомненна значимость конкретных видов и форм включения чужого текста. Постепенно феномен интертекстуальности привлек исследователей-лингвистов, прежде всего, занимающихся проблемами понимания и интерпретации текста.

Термин интертекстуальность был введен в 1967 году теоретиком постструктурализма Ю.А. Кристевой и употреблялся как основной литературоведческий термин при анализе художественных произведений постмодернизма. Исследовательница называла интертекстуальностью "текстуальную интер-акцию, которая происходит внутри отдельного текста" [12,97]. При многообразии концепций интертекстуальности этот термин имеет довольно прозрачную внутреннюю форму, которая способствует пониманию самого слова: лат. Inetr (приставка) - "между", лат. Intertextum (форма супина) - “вплетенное внутрь”. Суть интертекстуальности состоит в том, что новые акты творчества совершаются на языке, в материале, на фоне и по поводу ценностей той традиции, из которой они возникают и которую имеют целью обновить. Благодаря интертекстуальности создаётся глобальная связность между текстами в пределах мировой литературы, а конкректный текст оказывается звеном в цепи культурного общения человечества. Текст, который включен тем или иным способом в другой текст (тексты), называется интертекстом. Единицы интертекста, с помощью которых осуществляется связь между произведениями, в научной литературе получили названия цитат, крылатых слов, текстовых реминисценций, аллюзий, логоэпистем, интертекстем.

Итак, несмотря на большое количество научных подходов к теории прецедентности, в нашем исследовании за основу принята наиболее известная концепция Гудкова, Захаренко, Красных, Багаевой, в соответствии с которой основу прецедентности составляют четыре вида феноменов - имена, ситуации, высказывания и тексты. Автор данной работы исследует прецедентные высказывания в речи современных носителей языка.

# III. Лингво-прагматический анализ речи различных возрастных групп

# 3.1 Возрастные группы, употребляющие прецедентные тексты

Мы предположили, что речь различных социальных групп различается набором прецедентных высказываний. В ходе работы мы попытались выяснить, как различается репертуар прецедентных высказываний людей, принадлежащих к различным возрастным группам. Для этого мы собрали наиболее популярные прецедентные тексты не из словарей и справочников, а самостоятельно, поскольку важно было определить самые "обиходные"-популярные, укоренившиеся в современной речи высказывания. Из собранных прецедентных текстов было отобрано равное количество из разных источников: книг, кинофильмов, мультфильмов, высказываний знаменитых людей, рекламы, устного народного творчества.

Предлагалось ответить на следующие вопросы анкеты:

1) Знаете или не знаете вы данные прецедентные тексты? Нами была предложена собственная анкета, которая состояла из таких выражений:

Учиться, учиться и учиться;

Станьте солнцем и вас увидят;

А судьи кто?

Ударим автопробегом по бездорожью и разгильдяйству;

Тише едешь, дальше будешь;

Быть или не быть?

Сделай паузу, скушай TWIX;

Хорошо смеётся тот, кто смеётся последним;

Давайте жить дружно;

Студентка, комсомолка, спортсменка, наконец, просто красавица;

Ну, погоди!

BOUNTY - райское наслаждение;

Не дай себе засохнуть!

2) Используете ли вы подобные тексты в своей речи?

3) Знаете источник происхождения?

4) Назовите те тексты, которые вы используете в своей речи.

Существенно, что анкета составлена не произвольным образом: в ней равномерно представлены разные по происхождению прецедентные тексты, чтобы в дальнейшем объективно оценить предпочтения тех или иных возрастных групп.

Нами исследованы различные группы носителей языка, но в основном это люди, которые составляют контингент школы-лицея №1, знакомые, друзья.

Все опрашиваемые были разделены на 2 группы.

I группа (1 подгруппа)

У детей этой группы в данный момент осуществляется трудный период психологического взросления. Литературно-исторический опыт этой возрастной группы ограничен. Это поколение детей, которое воспитывается большей частью на образцах западного кино, интернета.

I группа (2 подгруппа)

Представители этой группы стоят перед выбором жизненного пути. Начинается реализация поставленных целей - работа по выбранной специальности, учёба в вузе, иногда создание семьи. Это люди, которые получили определенный багаж жизненных знаний, среднее образование, ими изучен курс истории и литературы средней школы.

II группа (1 подгруппа)

Это поколение, которое родилось в бывшем Советском Союзе, но сознательная жизнь связана с РК. Для этой группы - время создания семьи и устройства семейной жизни. Время освоения выбранной профессии, определения отношений к общественной жизни и своей роли в ней; оптимальное время для самореализации.

II группа (2 подгруппа)

Для этих людей семейная жизнь, успехи детей - источник постоянного удовлетворения. Перед этой группой стоят вопросы о смысле жизни, ценности сделанного, подведение итогов прожитой жизни. Это поколение было воспитано на идеологии бывшего Советского Союза.

# 3.2 Результаты анкетирования

Результаты первой части анкеты, представленные в таблице №1, демонстрируют знание прецедентных текстов в % отношении различными возрастными группами.

Табл.1

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Прецедентныевысказывания | I группа (1 подгруппа)  | I группа (2 подгруппа)  | II группа (1 подгруппа)  | II группа (2 подгруппа)  |
| Пословицы | 68% | 70% | 90% | 78% |
| Литература | 40% | 49% | 45% | 55% |
| Мультфильмы | 68% | 76% | 76% | 78% |
| Кинофильмы | 64% | 80% | 48% | 76% |
| Реклама | 83% | 97% | 97% | 93% |
| История | 92% | 92% | 88% | 92% |

Результаты первой части анкеты следующие:

Самые узнаваемые тексты 83-97% - это тексты реклам (средний % -92%) (*Сделай паузу, скушай Twix; Bounty - райское наслаждение; Sprite! Не дай* *себе засохнуть!)*. Высокий % узнаваемости объясняется тем, что телевидение вытесняет другие виды источников информации, поэтому каждый из нас непроизвольно становится зрителем предложенных реклам. Реклама легко запоминается и отражается в нашем сознании.

Высок процент узнавания цитаты В.И. Ленина - (средний % -91%) (*Учиться,* *учиться и учиться!)*. Все слышали это выражение, но не все знают его автора. Это объясняется тем, что на сегодняшний день в школах не изучают научный коммунизм и труды В.И. Ленина. В наше время, когда приоритет знаний очевиден, эта фраза несёт общезначимый смысл.

68-70% опрошенных знают пословицы и поговорки (*Тише едешь, дальше* *будешь; Хорошо смеётся тот, кто смеётся последним*). Увеличение % знающих пословицы (78-90%) обусловлено увеличением опыта человека. С возрастом увеличивается багаж знаний, появляется необходимость вносить в речь жизненные поучения, роль которых выполняют пословицы и поговорки. Это связано и с изучением этих малых жанров на уроках русского, казахского, английского языка (средний % - 77%).

68-78% опрошенных разных групп знают фразы из мультфильмов (*"Ну,* *погоди!"; "Давайте жить дружно"*). Это объясняется тем, что предложенные тексты мультфильмов являются классикой мультипликации: их смотрят и взрослые, и дети, они имеют поучительный смысл, переведены на многие языки, интересны для всех поколений зрителя.

От 48-80% (средний % - 67%) опрошенных знают выражения из художественных кинофильмов (*Студентка, комсомолка, спортсменка, наконец, просто красавица*). Это объясняется тем, что молодёжи нравятся фильмы нового поколения, их уже не привлекает классика советского кинематографа, старшее поколение пересматривает эти фильмы и знает эти высказывания.

От 40-55% (средний % - 67%) опрошенных знают выражения из произведений литературы (*Станьте солнцем и вас увидят; А судьи кто? Быть или не быть? Ударим автопробегом по бездорожью и разгильдяйству*). Это обусловлено тем, что первая группа школьников не изучала эти произведения, а для других групп это обусловлено тем, что мал интерес молодого поколения к современным кинематографическим постановкам. В основном же старшее поколение легко узнаёт эти тексты.

Все опрашиваемые ответили, что в своей речи они используют прецедентные тексты.

Итак, прецедентные тексты узнают все поколения носителей языка; самые узнаваемые тексты - это тексты рекламы и высказывание В.И. Ленина, пословицы и поговорки; менее узнаваемые - это тексты кинофильмов и литературы. Поэтому мы вправе сделать вывод, что народ хранит и передаёт жизненный опыт в пословицах и поговорках, а телевидение вытесняет классику кино и литературы.

# 3.3 Выявление социальной группы с коэффициентом общекультурных знаний

Для выявления возрастной группы с высоким коэффициентом общекультурных знаний все прецедентные тексты, которые используют в своей речи современные носители языка, по результатам следующей части анкеты (назовите те тексты, которые вы используете в своей речи) были распределены по сферам-источникам:

область искусства (литература, фольклор, кинофильмы, мультфильмы, песни, реклама); область науки (история, математика, филология) (приложения №1-4).

В этой части работы мы разделяем понятия частота и частотность:

**Частота** - величина, выражающая число повторений чего-либо.

**Частотность -** термин лексикостатистики, предназначенный для определения наиболее употребительных слов. Расчёт осуществляется по формуле:

где Freqx - частотность слова "x", Qx - количество словоупотреблений слова "x", Qall - общее количество слов. В большинстве случаев частотность выражается в процентах.

Данные анкетирования показали, что на 25 опрошенных в каждой возрастной группе число употребляемых прецедентных текстов следующее:

1 группа (1 подгруппа) - 55, 2 группа (2 подгруппа) - 65,2 группа (1 подгруппа) - 94, 2 группа (2 подгруппа) - 130.

**Частота прецедентных высказываний по сферам-источникам в различных возрастных группах**

Табл.2

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1группа (1подгруппа)  | 1группа (2 подгруппа)  | 2группа (1 подгруппа)  | 2группа (2 подгруппа)  |
| Пословицы и поговорки | 33 | 37 | 36 | 61 |
| литература | 1 | 2 | 12 | 23 |
| "ключевые тексты текущего момента" | 10 | 8 | 15 | 10 |
| кинофильмы | 1 | 3 | 14 | 19 |
| мультфильмы | 2 | 1 | 9 | 2 |
| реклама | 5 | 7 | 1 | 6 |
| История, философия | 3 | 5 | 7 | 9 |
| песни | - | - | 3 | 3 |

По данным результатам были проведены подсчёты по употреблению прецедентных высказываний внутри каждой возрастной группы в % отношении (приложение №5).

**Использование прецедентных текстов 1 группой (1 подгруппа)**

Представители данной возрастной группы-подростки 13-15 лет, багаж знаний по истории и литературе невелик, не сформированы ценностные качества, поэтому и использование прецедентных текстов небольшое: 55 на 25 человек.60% от общего числа составили пословицы и поговорки (*Поспешишь - людей насмешишь. Не откладывай на завтра то, что можешь сделать сегодня. Не имей сто рублей, а имей сто друзей*). У этой группы самый высокий процент "ключевых текстов текущего момента" 18%: *Не пойман - не кайф! Что за тупой день! Ты меня догоняешь. Не спи - замёрзнешь! Кто в холодильнике живёт? Джай ма. Не я такая, а жизнь такая.9*% от общего числа составила реклама напитков и шоколада*: Спрайт - не дай себе засохнуть! Пей Фанта - будь бамбуча! Баунти - райское наслаждение! Сникерсни, не тормози!*

Низок процент употребления текстов из мульфильмов-4% (*Ребята, давайте* *жить дружно! Ну, погоди!)*, кино-2% (*Красавица, комсомолка,* *спортсменка*), литературы-2% *(Краткость - сестра таланта*). Мало испольуются крылатые слова-5% (*Труд облагораживает человека. Учиться, учиться и учиться.)*

Столь малое употребление прецедентных текстов объясняется небольшим жизненным опытом; классика литературы, история изучены не полностью, это поколение растет на образцах западной мультипликации и западного кинематографа, увлечено компьютерными играми, Интернетом. Отличает эту группу самый высокий процент использования “ключевых текстов текущего момента“.

**Использование прецедентных текстов 1 группой (2 подгруппа)**

Представители этой группы (молодёжь 16-23 лет) имеют определенный жизненный опыт (учатся в школе в старших классах или в институтах), многими пройден в школе курс изучения гуманитарных наук. Число используемых прецедентных текстов выше, чем у предыдущей группы-65. Самый высокий процент 61% - использование пословиц и поговорок *(Слово* - *серебро, молчание - золото. Здоровье-лучшее богатство. Дарёному коню в зубы не смотрят. В гостях хорошо, а дома лучше. Яйцо курицу не учит.)* Также высокий процент использования "ключевых текстов текущего момента"-12*% (Всё своё ношу с собой. Без комментариев. Крепись, братан. Господь любит горячих пацанов. Будешь много знать - скоро состаришься*.) 11% текстов - реклама (*Сникерсни - не тормози! Нежнее, ещё* *нежнее. Баунти - райское наслаждение*.), выше, чем у первой подгруппы, использование цитат из кинофильмов-5% (*Жить хорошо, а жить хорошо ещё* *лучше. Наши люди на такси в булочную не ездят*). Использование высказываний известных людей-6% (*Цель оправдывает средства. Победителей не судят. Учиться, учиться и учиться.).*

Такое использование прецедентных текстов определяется запросами современного человека: опыт старшего поколения перенимается через пословицы и поговорки, свой опыт приобретается через телевидение и Интернет, свое отношение к жизни это поколение передаёт через "ключевые тексты текущего момента".

**Использование прецедентных текстов 2 группой (1 подгруппа)**

Представители данной группы - это люди 23-39 лет. Самый высокий процент использования прецедентных текстов - это пословицы и поговорки-38 % (*Язык до Киева доведёт. Клин клином вышибают. Нет дыма без огня. Сделал дело - гуляй смело. О человеке судят не по делам, а по словам.* Волков *бояться - в лес не ходить.)* Эта группа широко использует "ключевые тексты текущего момента"-16% (*Поматросит и бросит, поадмиралит и отстанет*. *Чтобы у нас всё было, а нам за это ничего не было. Началось в* *колхозе утро. Загуляла беднота. Умняк состряпаем. Не спи, замёрзнешь.)* Это тексты, которые по содержанию представляют иронию над поведением человека, дружеское приветствие, поощряют активное отношение к жизни.

Эта группа использует в своей речи тексты из литературы 19-20 века: *Служить бы рад - прислуживаться тошно. Майский день, именины сердца. Я* *Пушкиным на короткой ноге. Счастливые часов не наблюдают. Лёд тронулся, господа присяжные заседатели. А воз и ныне там*.

Активно использует эта группа тексты из кинофильмов советского периода-13%: *Он же памятник, кто его посадит. И что это я в тебя такой* *влюблённый. Советский человек на такси не ездит. Главное, чтобы* *костюмчик сидел. Давайте дружить домами. Короче, Склифасофский! Элементарно, Ватсон! Да я вечный стахановец. (*"Джентльмены удачи", "Бриллиантовая рука", "Свадьба в Малиновке", "Москва слезам не верит" и др.)

Также использует данная группа в своей речи тексты из советских мультфильмов-9 % (*Ой, до чего же я это люблю и уважаю. Вот это мой* размерчик) и песен (*А годы летят, наши годы, как птицы летят. Держи меня*, *соломинка, держи! Проснись и пой!),* использует выражения известных людей (*Дайте мне точку опоры, и я переверну мир. Пришёл, увидел,* *победил.).* Всего 1% - использование текстов рекламы.

Большая часть представителей этой группы была воспитана на идеологии бывшего Советского Союза, поэтому знание текстов классической литературы, мультфильмов и кинофильмов советского периода у этой группы достаточно высокое.

**Использование прецедентных текстов 2 группой (2подгруппа)**

Это самая активная в использовании прецедентных текстов группа. Самое большое количество прецедентов в этой группе - это пословицы и поговорки. (48% от общего числа прецедентных текстов). Самый большой процент по сравнению с предыдущими группами - использование литературных текстов (18%): *Печально я гляжу на наше поколенье. Командовать парадом буду я. Жил - дрожал, умирал - дрожал. Похабная* *квартирка. Служить бы рад - прислуживаться тошно*. Эта группа обращается к классическим произведениям 19-20 века (М.Ю. Лермонтов, М.Е. Салтыков-Щедрин, Л.Н. Толстой, А.С. Грибоедов, М. Булгаков и др.) 15% составляют тексты из советских кинофильмов: *Простенько, но со вкусом. Шляпу сними. Иногда хочется, чтобы всегда*. *Муля, не нервируй меня! Плохо мне, Надюха! Он же памятник, кто же его* *посадит? (*"Кавказская пленница", "Бриллиантовая рука", "Любовь и голуби", "Свадьба в Малиновке")

Использует эта группа "ключевые тексты текущего момента"-8%: *Сделай умное* *лицо! Все люди как люди, а я такая прелесть! Началось в колхозе утро*. *Абстракция, не вызывающая ассоциаций.*

Мало обращается эта категория людей к текстам из мультфильмов (2%): *Сейчас запою. Давайте жить дружно!,* текстам песен (2%): *Старая мельница крутится, вертится…Если долго мучиться, что*-*нибудь получится*, рекламе (4%)

Следует отметить, что по содержанию в пословицах и поговорках заключён обобщенный жизненный опыт, пословицы и поговорки определяют нравственные ценности, дают правильные ориентиры в поведении и поступках, другие же прецедентные тексты (мультфильмы, кинофильмы, реклама) содержат иронию над поведением человека, поощряют активное отношение к жизни, нацеливают на позитивное отношение к ней. Эта группа больше всего использует "сильные тексты" (пословицы, поговорки, литературные цитаты).

По результатам данной работы была составлена диаграмма “Использование прецедентных текстов разными возрастными группами” (приложение №6), из которой следует, что самое большое количество прецедентных текстов (литература, пословицы и поговорки, кинофильмы, песни, цитаты известных людей) принадлежит II группе (2 подгруппе); тексты из мультфильмов, “ключевые тексты текущего момента “ - II группе (1 подгруппе); тексты рекламы - I группе (2 подгруппе).

В заключении работы нами была составлена таблица по выявлению коэффициента использования прецедентных текстов разными возрастными группами.

**Коэффициенты частот прецедентов по сферам в группах**

табл.3

|  |  |
| --- | --- |
|  | Среднее значение по сферам  |
| 1группа | 2группа | 1-2 группы |
| Пословицы и поговорки | 1,1 | 1,69 | 1,4 |
| литература | 2,0 | 1,92 | 1,96 |
| "ключевые тексты текущего момента" | 0,8 | 0,67 | 0,74 |
| кинофильмы | 3,0 | 1,36 | 2,18 |
| мультфильмы | 0,5 | 0,22 | 0,35 |
| реклама | 1,4 | 6,00 | 3,7 |
| История, философия | 1,7 | 1,29 | 1,5 |
| песни |  | 1,00 | 0,5 |
| Средний коэффициент по группам | 1,5 | 2,02 | 1,76 |

На основании этих подсчётов наблюдается увеличение среднего коэффициента использования прецедентных текстов каждой возрастной группой по всем сферам-источникам. Поэтому мы делаем вывод, что самый высокий коэффициент владения общекультурными знаниями у категории людей II группы (2подгруппы) от 40 и выше лет.

# Заключение

В данной работе нами исследованы прецедентные тексты как составляющие речи различных возрастных групп. В работе выделены четыре возрастные группы, употребляющие в своей речи прецедентные тексты. На основе анкетирования выявлено:

1. Все возрастные группы людей используют в своей речи прецедентные тексты.

2. Самые узнаваемые тексты - это тексты рекламы, пословицы и поговорки, менее узнаваемые - это тексты кинофильмов и литературы. Поэтому мы вправе сделать вывод, что телевидение вытесняет классику кино и литературы.

3. Самое большое количество прецедентных “сильных” текстов (литература, пословицы и поговорки, кинофильмы, песни, цитаты известных людей) принадлежит II группе (2 подгруппе); тексты из мультфильмов, “ключевые тексты текущего момента “ - II группе (1 подгруппе); тексты рекламы - I группе (2 подгруппе).

4. Выявлена возрастная группа с высоким коэффициентом общекультурных знаний. Это категория людей от 40 лет и выше. У этой группы самый высокий % употребления в речи "сильных текстов": литературных высказываний, пословиц и поговорок. Эта группа активно использует выражения из классики кинематографа, цитирует известных людей.

На основании данного исследования мы можем дать следующие рекомендации:

1. Прецедентные тексты должны стать одним из источников пополнения общекультурных знаний на уроках;

2. Телевизионным компаниям пропагандировать классику кинематографа;

3. Родителям активно использовать в своей речи не только пословицы и поговорки, но и цитаты известных людей, классические фразы из художественной литературы, художественных фильмов и мультфильмов, как можно реже использовать в своей речи "ключевые тексты текущего момента" (реклама, шлягеры, слоганы).

4. Так как Интернет вытесняет литературу, историю, то повысить интерес к прецедентным текстам можно через создание компьютерных игр.

При выполнении данных рекомендаций общество может рассчитывать на думающее, владеющее культурным наследием поколение.

# Библиография

1. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. - М., 1979.

2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. - М., 2007.

3. Красных В.В., Гудков Д.Б., Захаренко И.В., Багаева Д.В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации. - М., 1997.

4. Евтюгина, А.А. Прецедентные тексты в поэзии. - Екатеринбург, 1995.

5. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. - М., 2000.

6. Земская Е.А. - Язык и культура. - М., 1996.

7. Красных В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? - М., 1998.

8. Гудков Д.Б. Прецедентные имена в языковом сознании и дискурсе. - М., 1999.

9. Ворожцова О.А. Прецедентные имена в российской и американской печати. - 2006.

10. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации. - М., 2001.

11. Кузьмина Н.А. Избранные работы. - М., 2004.

12. Кристева Ю.А. Бахтин, слово, диалог и роман. - 1995.

# Приложения

Приложение 1

**Прецедентные тексты в речи I группы (1 подгруппа)**

|  |  |
| --- | --- |
| Пословицы и поговорки | Придет война, попросишь хлеба. На обиженных воду возят. Тише едешь, дальше будешь. Сделал дело, гуляй смело. Утро вечера мудренее. Красный, как помидор. Никогда не говори "никогда". Хорошо смеется тот, кто смеется последним. Ученье - свет, а неученье - тьма. В гостях хорошо, а дома лучше.Терпение и труд все перетрут. Друзья познаются в беде. Время все покажет. Поспешишь, людей насмешишь. Без труда не вынешь и рыбку из пруда. Яблоко от яблони недалеко падает. О вкусах не спорят. Не имей сто рублей, а имей сто друзей. Делу - время, потехе - час. Без кота мышам раздолье. Не одежда красит человека, а его дела. Умеешь ползать - учись летать. Рыбак рыбака видит издалека. Не откладывай на завтра то, что можешь сделать сегодня. Друзья познаются в беде. Береженого бог бережет. Ума нет - считай калека. Пуганая ворона куста боится. Лучше поздно, чем никогда. Здоровье - лучшее богатство. Хорошо смеется тот, кто смеется последним. Договор дороже денег. Ни рыба, ни мясо.  |
| "Ключевые тексты текущего момента" | Слухаю всеми своими ухами. Не спи, замерзнешь. "Да будет свет!" - сказал электрик. Кто в холодильнике живет? Не пойман - не кайф. Что за тупой день?! Мне все равно! Джай ма? Ты меня догоняешь? Не я такая, а жизнь такая!  |
| Литература | Краткость-сестра таланта.  |
| Кинофильмы | Красавица, спортсменка, комсомолка.  |
| Мультфильмы | Ребята, давайте жить дружно! Ну, погоди!  |
| Наука | Учиться, учиться и еще раз учиться. Труд облагораживает человека. Счастье дается тому, кто много трудится.  |
| Песни | - |
| Реклама | Сделай паузу - скушай TWIX! Баунти - райское наслаждение! Спрайт - не дай себе засохнуть! Сникерсни, не тормози! Пей Фанта - будь бамбуча!  |

Приложение 2

**Прецедентные тексты в речи I группы (2 подгруппа)**

|  |  |
| --- | --- |
| “Сильные тексты “ пословицы и поговорки | Слово - серебро, молчание - золото. Боишься - не говори, сказал - не бойся. Не все золото, что блестит. Утро вечера мудренее. Друг познаётся в беде. Погонишься за двумя зайцами, ни одного не поймаешь. В гостях хорошо, а дома лучше. Не клади все яйца в одну корзину. Заставь дурака богу молиться, он себе и лоб расшибёт. Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. О вкусах не спорят. Молчание - знак согласия. Хорошо смеётся тот, кто смеётся последним. Прольются кошке Мышкины слёзки. На вкус и цвет товарища нет. По себе людей не судят. Не откладывай на завтра то, что можешь сделать сегодня. О человеке судят не по словам, а по делам. Без кота мышам раздолье. Дарёному коню в зубы не смотрят. Беда не приходит одна. Яйцо курицу не учит. Лучше поздно, чем никогда. В гостях хорошо, а дома лучше. Сколько людей, столько и мнений. Всякому овощу своё время. Тише едешь, дальше будешь. Здоровье - лучшее богатство. Не пришей кобыле хвост. И в ус не дует. Только утратив всё до конца, мы обретаем свободу. Век живи - век учись. Люди - хозяева судьбы. Хорошего человека должно быть много. Всё понять - значит простить. Одиночество лучше, чем плохой товарищ.  |
| "Ключевые тексты текущего момента" | Всё своё ношу с собой. Без комментариев. Будешь много знать, скоро состаришься. Крепись, братан. Господь любит горячих пацанов. Дай списать. Давай шустрее. Молодец, возьми с полки пирожок.  |
| Литература  | Что делать? Что имеем - не храним, потерявши плачем.  |
| Кинофильмы | Красавица, спортсменка, комсомолка. Жить хорошо, а хорошо жить ещё лучше. Наши люди на такси в булочную не ездят.  |
| Мультфильмы | Давайте жить дружно!  |
| История, философия | Цель оправдывает средства. Победителей не судят. Для всего мира ты - "кто-то", а для кого-то ты - весь мир. В народе ещё не было случая, чтобы недостойный отец воспитал сына великим человеком. Учиться, учиться, и еще раз учиться. Пришёл, увидел, победил!  |
| Песни | - |
| Реклама | Сникерсни, не тормози! Спрайт! Не дай себе засохнуть! Есть перерыв - есть Kitkat! Сделай паузу - скушай Twix. Bounty - райское наслаждение. Пей Fanta - будь бамбуча! Нежнее, ещё нежнее! |

Приложение 3

**Прецедентные тексты в речи II группы (1 подгруппа)**

|  |  |
| --- | --- |
| Пословицы и поговорки | Язык до Киева дойдет. Любишь кататься, люби и саночки возить. Не надо много ума, чтобы оскорбить человека. Без труда не вынешь рыбку из пруда. Простота хуже воровства. Бедность не порок. Ученье - свет, а неученье - тьма. Не рой яму другому, сам в нее попадешь. Факт остается фактом. Делу время - потехе час. Без царя в голове. Ни объехать, ни обойти. Повторенье - мать ученья. На чужой роток не накинешь платок. Волков бояться - в лес не ходить. Встали ни свет ни заря. Клин клином вышибают. В час по чайной ложке. Гусь свинье не товарищ. Пока рак на горе не свистнет. Все что ни делается, к лучшему. Шило в мешке не укутаешь. Лес рубят - щепки летят. Здоровье - лучшее богатство. Нет дыма без огня. Не было бы счастья, да несчастье помогло. Голод - лучший повар. Ложка дегтя в бочке с медом. Тише едешь - дальше будешь. Как о стенку горох. Сделал дело - гуляй смело. О человеке судят не по словам, а по делам. Дареному коню в зубы не смотрят. Никогда не говори "никогда". С миру по нитке - голому рубаха. Зеленая улица.  |
| "Ключевые тексты текущего момента"  | Поматросит и бросит, поадмиралит и отстанет. Хочешь жить - умей вертеться. Чтобы у нас все было, и нам за это ничего не было. Вперед, по бездорожью! Не спи, замерзнешь. Привет, медвед. Как повезло яблоку и не повезло вам! Началось в колхозе утро. Учиться, учиться и научится. А вот и мы! Баста, карапузики. Как ландыши на блюде. Загуляла беднота. Умняк состряпай. От любопытства кошка сдохла.  |
| "Сильные тексты"Литература | Любовь крепка, когда она стыдлива. Красота спасет мир. Служить бы рад, прислуживаться тошно. А воз и ныне там. Мартышкин труд. Майский день, именины сердца. Я с Пушкиным на короткой ноге. О, женщины, вам имя - вероломство. В человеке все должно быть прекрасно. Луч света в темном царстве. Лед тронулся, господа присяжные заседатели. Счастливые часов не наблюдают.  |
| Кинофильмы | Он же памятник, кто его посадит. Советский человек на такси не ездит. И что я в тебя такой влюбленный. Давайте дружить домами. Главное, чтобы костюмчик сидел. Я здесь глухой, ничего не вижу.Может тебе ключи от квартиры, где деньги лежат.А деньги где?Там, у шкапчику прибранные.Да я вечный стахановец. И хлеба, сына, хлеба. Короче, Склифосовский. Элементарно, Ватсон. Москва слезам не верит.  |
| Мультфильмы | Ой, как я домой пойду, у меня и ног-то нет. Ой, до чего же я это люблю и уважаю. Уж послала, так послала. Вот я кака! Нажруся и помру молодой. А родители, не сумасшедшие ли? Маловато будет. Вот это мой размерчик.  |
| Наука | Дайте мне точку опоры, и я переверну весь мир. Пришел, увидел, победил. Привычка - вторая натура. Все, что существует, имеет свои законы. Большая победа есть и большая опасность. Усердие все превозмогает! Можно многое знать, но не понимать того, что знаешь.  |
| Песни | А годы летят, наши годы, как птицы, летят. Держи меня, соломинка, держи. Проснись и пой!  |
| Реклама | Есть перерыв - есть kit kat!  |

Приложение 4

**Прецедентные тексты в речи II группы (2 подгруппа)**

|  |  |
| --- | --- |
| Пословицы и поговорки | Цыплят по осени считают. У неумелого руки не болят. Больше будешь знать, плохо будешь спать. Один в поле не воин. Хорошо смеется тот, кто смеется последним. Подальше положишь, поближе заберешь.Терпенье и труд все перетрут. Не говори “гоп”, пока не перепрыгнешь. С волками жить - по-волчьи выть. Из грязи да в князи. Сади в грязь - будешь князь. Не было бы счастья, да несчастье помогло. Коготок увяз - всей птичке пропасть. Сколько голов, столько умов. Лучше поздно, чем никогда. Как нажито, так и прожито. Яйцо курицу не учит. Рука руку моет. Плохая молва на крыльях летит. Друзья познаются в беде. Кто рано встает, тому бог подает. Много будешь знать, скоро состаришься. Раз на раз не приходится. Дурная голова ногам покоя не дает. Седьмая вода на киселе. Вилами по воде писано. Любишь кататься, люби и саночки возить. Услышал звон, да не знает где он. Чем холоднее встречают, тем теплее провожают. Ученье - свет, а неученье - тьма. Первый парень на деревне, а в деревне один дом. Бедность не порок. Без царя в голове. Сколько голов, столько голов. Сытый голодного не разумеет. Раз на раз не приходится. Понеслась душа в рай. Ни объехать, ни обойти. Умные учатся на своих ошибках, а мы - на чужих. Семь раз отмерь, один раз отрежь. Рад бы в рай, да грехи не пускают. Знал бы, где упадешь, - соломки бы подстелил. Не хочешь зла, не делай добра. Простота хуже воровства. Не надо много ума, чтобы оскорбить человека. Неизбежное никогда не бывает смешным. Человек, который не доверяет себе, не доверяет по-настоящему никому. На вкус и цвет товарища нет. Не плюй в колодец - пригодится воды напиться. После драки кулаками не машут. Не всё то золото, что блестит. Кашу маслом не испортишь. Не видать как своих ушей. На ловца и зверь бежит. У кого что болит, тот о том и говорит. Соловья баснями не кормят. Семь пятниц на неделе. Язык до Киева доведёт. На чужой роток не накинешь платок. На чужой каравай рта не разевай. В чужой монастырь со своим уставом не ходят.  |
| “Ключевые тексты текущего момента” | Сделай умное лицо. Молчи, овощ! Заграница нам поможет. Образованная жена - залог семейного счастья. Все люди как люди, а я такая прелесть. Началось в колхозе утро. Привет, медвед! Как повезло яблоку и не повезло вам. Ах, ты какой хитропузый! Абстракция, не вызывающая ассоциации.  |
| Литература  | Печально я гляжу на ваше поколенье. Его пример - другим наука. Наука страсти нежной. Цвета тела испуганной нимфы. Счастливые часов не наблюдают. А тарелочку с голубой каемочкой не дать? 500 рублей могут спасти гиганта мысли. Командовать парадом буду я. Краткость - сестра таланта. Отговорила роща золотая. Жил - дрожал, умирал - дрожал. Красота спасет мир. Служить бы рад - прислуживаться тошно. Любовь крепка, когда она стыдлива. Может быть, она женщина! А воз и ныне там. Похабная квартирка. Вы мужчина или женщина? Да, я не люблю пролетариат. Не читайте до обеда советских газет. Все у вас как на параде. Всё поделить. Командовать парадом буду я!  |
| Кинофильмы  | Что хорошо - то хорошо. Простенько, но со вкусом. Может быть, она - женщина! Я к соседке на 5 минут, а ты каждые полчаса помешивай. Шляпу сними! Иногда хочется, чтобы всегда. И что это я в тебя такой влюблённый. Студентка, комсомолка, наконец, просто красавица. Ты женился удачнее, чем я замуж вышла. Он же памятник, кто его посадит? Людк, а Людк, а ты так скажи. А я другой узел вяжу. Плохо мне, Надюха! До сих пор трясутся руки, не держат ноги. Шибануло, Людка, вашего отца! Муля, не нервируй меня! Голова - предмет тёмный и обследованию не подлежит. Красота - страшная сила. Когда доктор сыт, и больному легче. |
| Мультфильмы | Сейчас запою! Давайте жить дружно! |
| Цитаты известных людей | Я иду на вы. Яблоко раздора. Политика кнута и пряника. Народ требует хлеба и зрелищ. Всякая женщина думает, что несчастнее её нет на свете. Чтобы познать человека, нужно его полюбить. Насилие - последнее прибежище людей, не умеющих мыслить. Есть три вида живых существ, о которых нельзя сказать, куда они направляются: это дипломаты, женщины и крабы. Быть верным в несчастье - великое дело. |
| Песни  | Старая мельница крутится, вертится. Если долго мучиться, что-нибудь получится. Мои года - мое богатство. |
| Реклама |  Не тормози! Сникерсни. Сделай паузу - скушай Twix. Не дай себе засохнуть! Bounty - райское наслаждение. Если женщина молчит, значит она спит. |