

*На правах рукописи*

СЕРКИНА Вера Николаевна

**ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ТЕКСТЫ  
В РЕГИОНАЛЬНОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ**

Специальность 10.02.01 – Русский язык

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Саратов – 2014

Работа выполнена на кафедре русского языка ФГБОУ ВПО  
«Астраханский государственный технический университет»

**Научный руководитель:** доктор филологических наук, доцент,  
заведующий кафедрой русского языка  
ФГБОУ ВПО «Астраханский  
государственный технический  
университет»  
*Паршина Ольга Николаевна*

**Официальные оппоненты:** доктор филологических наук, доцент,  
профессор кафедры русского языка и  
речевой коммуникации  
ФГБОУ ВПО «Саратовский  
государственный университет  
им. Н.Г. Чернышевского»  
*Милехина Татьяна Алексеевна*

кандидат филологических наук,  
доцент кафедры «История Отечества и  
культуры»  
ФГБОУ ВПО «Саратовский  
государственный технический  
университет им. Гагарина Ю.А.»  
*Соколова Ольга Ивановна*

**Ведущая организация:** ФГБОУ ВПО «Астраханский  
государственный университет»

Защита состоится «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2014 г. в \_\_\_\_\_ час. на заседании  
диссертационного совета Д 212.243.02 на базе Саратовского  
государственного университета им. Н.Г. Чернышевского (410012, г. Саратов,  
ул. Астраханская, 83) в XI корпусе.

С диссертацией можно ознакомиться в Зональной научной библиотеке  
Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского.

Автореферат разослан «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2014 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета

Ю.Н. Борисов

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Современное общество невозможно представить без средств массовой информации (СМИ). Как способ отражения и развития экономической и социальной жизни, культуры СМИ призваны способствовать духовному и нравственному росту человека. Специфика языка СМИ, которая заключается в документальности, информативности, эмоциональности, доступности для самой широкой потребительской аудитории, непосредственном обращении журналиста к читателю / слушателю со своими чувствами и мыслями по отношению к отображаемым событиям, стремлении воздействовать на последнего с помощью оценочных суждений, определяет характер отбора и способы использования языковых средств в медийных текстах.

В последнее время медийный дискурс становится экспериментальной зоной. Чтобы сделать текст информативно насыщенным и выразительным, добиться его оптимального эмоционального и эстетического воздействия на адресата, журналист нередко прибегает к различным стилистическим приемам, в том числе и к внедрению в текст прецедентных включений. Прецедентность является одной из важнейших характеристик любого текста. Используя прецедентный текст (ПТ), журналист подводит читателя / слушателя к главной мысли того или иного материала через «чужой» текст. В результате на основе фоновых знаний реципиент получает новые знания.

Исследование ПТ в функциональном аспекте, в плане выявления общих для медийного стиля закономерностей в использовании прецедентных единиц языка и характерных для этого стиля особенностей индивидуально-авторского употребления прецедентных единиц в свете возрастающего интереса к данной проблематике представляется актуальным и перспективным. В диссертационной работе предпринята попытка всестороннее рассмотреть понятие ПТ, проанализировать типы и источники ПТ, способы их включения в медийный текст.

Невозможно оспорить тот факт, что реальное влияние СМИ на общество постоянно растет, следовательно, растут и требования к самим журналистам, неважно столичным или провинциальным. Профессия журналиста требует от тех, кто принадлежит к ней, самого высокого уровня гуманитарной подготовки, наличия интеллектуальных и профессиональных способностей, а также постоянного профессионального развития, в том числе и через совершенствование навыков использования языковых средств, в частности ПТ. Это, в свою очередь, позволяет сделать предположение о том, что владение навыками использования ПТ является одним из решающих критериев при оценке коммуникативной компетентности журналиста, которая имеет высокую значимость для всех, кто так или иначе связан с журналистикой.

Проблемами функционирования ПТ в медийном дискурсе в разное время занимались различные ученые [Черногрудова 2003, Семенец 2004,

Романьоли 2006, Бриченкова 2007, Драпалюк 2010, Блинова 2007, Чокою 2007, Сандрикова 2005], однако до настоящего времени в качестве объекта исследования никем не рассматривался астраханский медиадискурс. Кроме того, никто фактически не соотносил употребление ПТ с типом медийного издания, его адресатом и личностью журналиста.

Таким образом, **объектом** исследования становится современный российский региональный (астраханский) медийный дискурс, представленный газетными текстами, интернет-ресурсами и устной телевизионной речью. **Предметом** исследования выступают ПТ как маркеры стилистической манеры современного журналиста и характер их функционирования в региональном (астраханском) медийном пространстве.

**Актуальность** исследования обусловлена низким уровнем профессионализма современных журналистов, которые не всегда в должной мере владеют навыками использования средств языка, в частности ПТ. Данное исследование направлено на рассмотрение коммуникативного аспекта функционирования в региональном медийном дискурсе ПТ как показателя уровня развития языковой личности журналиста и уровня его профессиональной подготовки.

**Гипотеза** исследования заключается в предположении о том, что степень развития языковой личности журналиста и уровень его коммуникативной компетентности зависят от умения оперировать ПТ.

**Целью** диссертационного исследования является выявление особенностей функционирования ПТ, используемых астраханскими журналистами, в таких видах региональных СМИ, как печатные газеты, интернет-сайты и телевизионные программы.

Достижение поставленной цели и доказательство гипотезы обусловили постановку следующих исследовательских **задач**:

- 1) всесторонне рассмотреть понятие ПТ как средства реализации категорий прецедентности и интертекстуальности и его основные характеристики;
- 2) выявить основные аспекты функционирования ПТ (на примере текстов региональных СМИ): типология, источники, функции, способы включения в журналистский материал;
- 3) выявить и сопоставить языковые личности конкретных астраханских журналистов в контексте используемых ими ПТ;
- 4) установить взаимосвязь между способностью журналиста оперировать ПТ и уровнем развития его языковой личности и его коммуникативной компетентности.

Теоретическую базу данной работы составили труды исследователей таких направлений, как теория прецедентности [Караулов 1986, Слышкин 2000, Гудков 2003, Красных 1998, Прохоров 2009, Супрун 1995, Крюкова 2004, Лисоченко 2007 и др.], медиалингвистика [Земская 1996, Трошина 2007, Варченко 2007, Сиротина 2000, Кормилицина 2008, Клушина 2001,

2008, Соколова 2005, Ягубова 2009 и др.], теория языковой личности [Караулов 2007, Постовалова 1988, Карасик 2002, Воркачев 2001, Кайда 1992 и др.]. Большое внимание уделялось работам, в которых рассматриваются различные аспекты коммуникативной компетентности [Сиротинина 2008, 2013, Кормилицына 2012, Милехина 2012, Захарова 2010, Уздинская 2012 и др.].

**Методология и методы** исследования. В основу методологии положены принципы системности и комплексности. Методы исследования определены целью и задачами работы, а также объективной спецификой изучаемого предмета. Используются: метод комплексного дискурсивного исследования практического материала, включающего в себя несколько этапов (сбор материала, непосредственное наблюдение над речевыми явлениями, анализ исследуемых средств путем сравнения, описания, сопоставления и т. д.); метод контекстно-ситуативного анализа высказываний; метод количественного подсчета фактов.

**Материалом** исследования послужили тексты региональных (астраханских) СМИ: газеты Астраханской области «Волга» (2008-2013), «Комсомолец Каспия» (2009-2011), «Молодежная палитра» (2009-2010), «Астраханские ведомости» (2009-2011), «Горожанин» (2008-2010), «Факт и компромат» (2009-2013); интернет-ресурсы: <http://ast-news.ru> и <http://www.30gu.ru>; устная телевизионная речь: выпуски телепроекта «Клевое место» и «Новости 24. Астрахань». Всего проанализировано 2320 ПТ, которые были выявлены методом сплошной выборки.

**Научная новизна** исследования заключается в том, что в нем впервые представлено комплексное описание ПТ, извлеченных из текстов, функционирующих в астраханском медийном дискурсе. Медийная коммуникация в аспекте употребления ПТ как показателя коммуникативной компетентности и уровня развития языковой личности также до настоящего времени монографически не освещалась.

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. ПТ входят в основу не только общекультурного, но и регионального сознания, поэтому их функционирование в астраханском медийном пространстве возможно в том числе и благодаря существованию региональных фоновых знаний как у журналиста, так и у адресата его текстов.

2. Источниками ПТ, используемых астраханскими журналистами для создания выразительных текстов, являются мировая история и культура. При этом доминирующую позицию среди компонентов исследованных языковых единиц занимает национально-специфический компонент. Обращение к ПТ с той или иной сферой-источником обусловлено также возрастными характеристиками адресата и адресанта медийного текста.

3. ПТ, функционируя в медийном дискурсе, могут подвергаться различным трансформациям. Чаще всего используются замена компонента ПТ и расширение его границ. Данные виды трансформации способствуют

адаптации ПТ к региональному дискурсу, которая происходит при замене «традиционного» компонента ПТ составляющей с астраханской тематикой или при включении в состав ПТ компонента, соотносящегося с астраханскими реалиями.

4. ПТ в материалах астраханских журналистов выполняют целый ряд функций: воздействующую, персуазивную, интенциональную, людическую, характеризующую, стимулирующую, интерпретационную – получая при этом положительные или отрицательные коннотации (с преобладанием последних). ПТ, реализующие разные функции, распределены в астраханском медийном дискурсе неравномерно. Одним из определяющих факторов является тип СМИ: ПТ, используемые в качестве средства создания образа самого журналиста, практически не встречаются в региональных телепередачах; в текстах газет и материалах новостных сайтов ПТ, выполняющие различные функции, встречаются в полном объеме.

5. ПТ отражают языковую личность журналиста как создателя оригинального текста и являются маркерами его стилистической манеры. Наиболее полно ПТ реализуют свои возможности, функционируя в рамках фельетона в качестве средства выражения иронии и сарказма.

6. Уровень коммуникативной компетентности журналиста и развития его языковой личности зависит от умения оперировать ПТ. Неумение журналиста пользоваться ПТ свидетельствует о недостаточной коммуникативной компетентности, что, в свою очередь, является фактором возникновения риска коммуникативных неудач.

**Теоретическая значимость** исследования. Результаты проведенного исследования позволяют дополнить и углубить теоретические представления о таком важном для современного медийного дискурса понятии, как ПТ.

**Практическая значимость** работы состоит в том, что собранный в целях лингвистического исследования материал и результаты его языкового анализа могут быть полезными при составлении учебных пособий, методических рекомендаций для студентов, обучающихся по специальности «Журналистика». Материалы диссертации используются на занятиях по межкультурной коммуникации, стилистике и литературному редактированию, культуре речи и риторике. Языковые единицы, собранные в рамках настоящего исследования, послужили материалом для базы данных «Имена для товарных знаков, предприятий торговли и сферы услуг» (Свидетельство о государственной регистрации № 2011620490). Данные проведенного исследования могут послужить практическим руководством для журналистов с целью повышения их уровня коммуникативной компетентности и избежания в профессиональной деятельности коммуникативных неудач.

**Апробация работы.** Основные положения диссертации обсуждены на заседаниях кафедры русского языка Астраханского государственного технического университета, Всероссийской научно-практической конференции «Система ценностей современного общества» (Новосибирск

2009), Международных конференциях «Текст. Структура и семантика» (Москва 2009, 2011), XIV Международной научной конференции «Риторика и культура речи: наука, образование, практика» (Астрахань 2010), IV Международной научно-практической конференции «Лингвистика в современном мире» (Москва 2011), Международной научно-практической конференции, приуроченной к празднованию Дня знаний в Российской Федерации «Современные тренды развития социогуманитарного знания» (Ростов-на-Дону 2011), Всероссийской конференции молодых ученых, посвященной 120-летию В.М. Жирмунского «Филология и журналистика в начале XXI века» (Саратов 2011), I Всероссийском фестивале «Русский язык – общенациональное достояние народов Российской Федерации» (Москва 2012), ежегодных научных конференциях ППС Астраханского государственного технического университета (2009-2012). Результаты исследования изложены в пятнадцати публикациях (3 статьи – в журналах из списка ВАК, 1 – в зарубежном журнале, 1 – глава в коллективной монографии).

**Структура работы** продиктована целью и задачами настоящего исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав («Теоретические основы исследования», «Функционирование прецедентных текстов в материалах региональных средств массовой информации», «Языковая личность журналиста и уровень его коммуникативной компетентности»), заключения, приложения, списка использованной литературы, списка исследованных материалов и списка сокращений.

### **Содержание работы**

Во **Введении** обосновывается актуальность выбранной проблемы, обозначаются объект, предмет и материал исследования, определяются цели и задачи, методы и приемы анализа, научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе «**Теоретические основы исследования**» дается реферативный обзор основных результатов научных исследований ключевых для диссертационной работы понятий – ПТ и медиадискурса; раскрывается сущность ПТ и значимость его использования в медийном тексте; рассматриваются причины нецелесообразного употребления ПТ; разграничиваются такие понятия, как прецедентность и интертекстуальность.

Трудно переоценить роль СМИ в жизни современного общества. Формирование общественного мнения, пропаганда определенной системы ценностей, создание того или иного идеологического фона, движение языковой нормы – все это неотъемлемая часть деятельности массмедиа [Добросклонская 2005: 20].

Передача информации в СМИ – это своего рода общение, которое происходит в определенной ситуации. Ее ядро составляют три компонента:

«Отправитель – Текст – Получатель». Любая культурная информация существует в рамках этой модели. Как «реальное событие, в которое погружается субъект-журналист, становится медиасобытием» [Сметанина 2002: 25], так и текст, транслируемый по каналам СМИ, превращается в медиатекст.

Медиатекст как коммуникационный продукт, который может быть включен в разные медийные структуры вербального, визуального, звучащего, мультимедийного планов, а также в разные медийные обстоятельства: газеты и журналы, радио и телевидение, Интернет и т. п. [Засурский 2007], не имеет определенной смысловой законченности, так как его всегда можно интерпретировать по-разному. Этому, в частности, способствует существование единого фонового пространства, важнейшей характеристикой которого является прецедентность – ключевое понятие современного медийного дискурса.

В теоретической главе анализируются определения ПТ, данные разными учеными в разное время. Впервые к исходному понятию обратился Ю.Н. Караулов [Караулов 1987], который характеризовал ПТ прежде всего через понятие «хрестоматийность». В дальнейшем проблемы ПТ разрабатывались многими учеными [Слышкин 2000; Гудков 2003; Красных 2003; Прохоров 2004; Лисоченко 2007], что повлияло на появление новых точек зрения на понимание ПТ, поиск определения, полностью раскрывающего сущность явления.

В.В. Красных уточняет понятие ПТ, предложенное Ю.Н. Карауловым, делая акцент на сверхличностном характере исходной единицы [Красных 2003: 170], и предлагает использовать термин «прецедентный феномен». Г.Г. Слышкин расширяет исходное определение, понимая под ПТ «любую характеризующуюся цельностью и связностью последовательность знаковых единиц, обладающих ценностной значимостью для определенной культурной группы» [Слышкин 2000: 28]. В работе мы придерживаемся определения Г.Г. Слышкина, которое представляется довольно широким для обозначения того разнородного языкового материала, на основе которого проведено диссертационное исследование.

Принципиальную важность для настоящего исследования имеет понятие *фоновая информация*. Последняя в научной литературе определяется как информация, которой располагают все члены лингвокультурного сообщества и которая может оцениваться по-разному в различных типах культур [Верещагин, Костомаров 1976: 210].

Единство фоновых знаний позволяет журналисту, используя ПТ, одновременно достичь следующих целей: вызвать у читателя / слушателя определенные, заранее программируемые ассоциации и сэкономить языковые средства в процессе интерпретации описываемых фактов. В процессе декодирования ПТ, к которому апеллировал журналист, читатель / слушатель испытывает ощущение принадлежности к определенному

культурному и языковому коллективу, что дает ему возможность стать соавтором медийного текста.

Во многих лингвистических работах, посвященных исследованию прецедентности, это понятие сближается, а нередко и отождествляется с понятием интертекстуальности [Мелерович, Фокина 2003; Сандрикова 2001]. Однако, как нам кажется, подмена рассматриваемого понятия другим приводит к неоправданному приравниванию терминов, обозначающих разные явления. Интертекстуальность – понятие более широкое, чем прецедентность. Когда какие-либо тексты начинают употребляться за пределами своих первоначальных источников, то есть переходят в разряд прецедентных, они становятся материальными знаками интертекстуальности. Но утверждать обратное нельзя. К тому же интертекстуальность не всегда создается только при помощи обращения к ПТ [Кудрина 2005: 5].

В теоретической главе подчеркивается значимость использования ПТ в медийном тексте, которая обусловлена психологической и познавательной ценностью исследуемых единиц, способностью адресанта сообщения оценивать ситуацию, сослаться на культурный авторитет. Нередки случаи нецелесообразного употребления ПТ, причинами которого является неспособность пишущего / говорящего распорядиться своим выразительным потенциалом или слабый языковой потенциал читающего / слушающего.

В конце главы делается вывод о том, что использование ПТ в медийном дискурсе должно соответствовать определенным правилам. Во-первых, читатель / слушатель должен осознавать факт отсылки к конкретному тексту. Во-вторых, адресат должен быть знаком с исходным текстом и способен распознать отсылку к нему. В-третьих, журналист должен обладать прагматической пресуппозицией знания адресатом данного текста.

Во второй главе **«Функционирование прецедентных текстов в материалах региональных средств массовой информации»** рассматриваются формы бытования ПТ в астраханском медийном дискурсе, выявляются и анализируются их источники, а также способы включения в журналистский материал.

Установлено, что ПТ функционируют в астраханском медийном дискурсе в четырех формах бытования: прецедентное имя, прецедентное высказывание (ПВ), прецедентная ситуация и прецедентный текст. При этом **наибольшее распространение получают именно ПВ**, так как они включают широкий круг языковых единиц: языковые афоризмы, крылатые выражения, фольклорные высказывания, различные политические лозунги, цитаты, фразеологизмы – и поэтому являются наиболее узнаваемыми для массового читателя: *Пришел, увидел, разогнал* («Факт и компромат», № 36, 2011); *Пельменный вопрос: есть или не есть?* («Астраханские ведомости», № 186, 2008); *Местные финансы поют романсы* («Новости-24. Астрахань», 6.05.2013); *Плох тот шахматист, который не мечтает стать боксером* («Волга», № 80, 2011).

Во многих случаях астраханские журналисты используют ПВ в готовом виде, не трансформируя исходный вариант, что значительно упрощает их употребление: *Крокодил не ловится, не растет кокос* («Комсомолец Каспия», № 44, 2011); *Дайте до детства плацкартный билет* («Молодежная палитра», № 5, 2009); *Все флаги в гости будут к нам!* («Новости-24. Астрахань», 6.10.2010; о международном сотрудничестве); *Что бог ни делает – все к лучшему* («Новости-24. Астрахань», 07.02.2013). При этом выявлено, что наиболее часто нетрансформированные ПВ встречаются в газете «Молодежная палитра». Представляется, что данный факт связан со спецификой читательской аудитории газеты: в основном это молодые люди в возрасте от 12-ти до 16-ти лет, которые в силу принадлежности к этой возрастной группе не способны воспринимать текстовые реминисценции и «переводить» тексты, созданные путем изменения ПВ – и невысоким уровнем владения языковой игрой молодыми журналистами.

В ходе анализа ПТ, функционирующих в пределах астраханского медийного дискурса, было выделено 6 сфер-источников. Результаты представлены на Рис. 1:

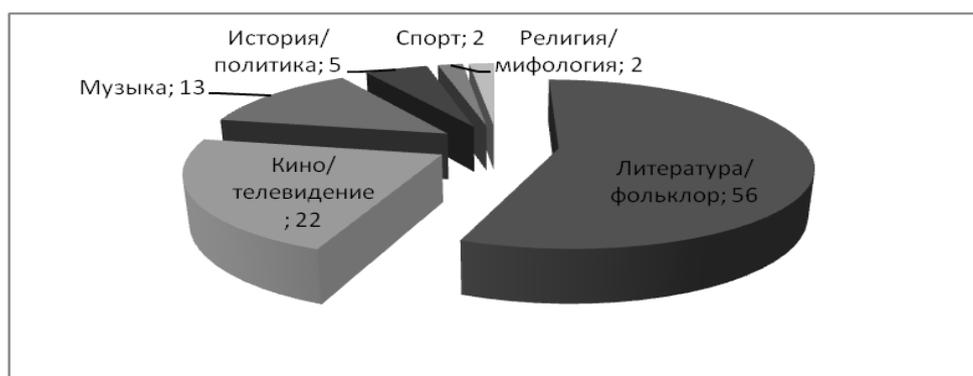


Рисунок 1 – Сферы-источники ПТ: процентное соотношение.

Лидирующую позицию по результатам исследования заняла сфера-источник «**Литература / фольклор**»: *Смотрите, завидуйте, я гражданин, а не какая-нибудь гражданка!* («Астраханские ведомости», № 44, 2009); *Мы их душили-душили, душили-душили...* («Клевое место», 27.10.2011); *Недолго думая, недоделанный Ромео избил его (охранника) и продолжил любовный путь к своей Джульетте* (www.ast-news.ru, 14.06.2013); *Ведь как говорил Полиграф Полиграфович: «Видимо, только профессорам разрешено ругаться в рэсефэсэере»* («Факт и компромат», № 11, 2009). Обращение к ПТ подобного типа довольно эффективно, поскольку крылатые слова и выражения из литературных произведений – один из самых продуктивных пластов читательской памяти [Прозоров 2012: 172].

Однако стоит отметить высокий интерес астраханских журналистов к сфере «**Кино / телевидение**»: *... спецназ ФСБ показал незабываемые «маскишоу»* (www.ast-news.ru, 17.07.2013); *А кто ее посадит? Она же памятник!*

(«Факт и компромат», № 186, 2011); *Взял от жизни все, что и было установлено в ходе обыска* («Астраханские ведомости», № 80, 2009); *Рынок из кинофильма «Парфюмер» могли бы снять у нас* («Волга», № 7, 2011).

Сопоставление результатов анализа астраханского медиадискурса и медиадискурсов, рассмотренных в других работах [Черногрудова 2003, Бриченкова 2007, Драпалюк 2010], выявило большое совпадение по соотношению источников ПТ, при этом установлено, что в астраханском медийном дискурсе количество прецедентных единиц с национально-специфическим компонентом значительно превышает аналогичные показатели в соотносимых исследованиях. Данный факт, на наш взгляд, связан с периферийностью региона и преобладанием значимости для астраханцев знаков русской культуры над знаками западной, что является определяющим фактором при написании журналистских материалов, так как большинство астраханских СМИ ориентировано на массового потребителя.

Установлено, что возраст адресата / адресанта ПТ также имеет значение, поскольку в своей профессиональной деятельности журналисты большей частью опираются на собственный опыт. Если автор текстов старше, чем его аудитория, то обращение, например, к кинофильмам советского времени будет неоправданным: *Дело было в Одессе* («Астраханские ведомости», № 54, 2009; ср.: название кинофильма *«Дело было в Пенькове»*); *7 дней одного года* («Волга», № 97, 2010; ср.: название кинофильма *«9 дней одного года»*). Более молодая аудитория может их просто не знать, таким образом возникнет непонимание, так как читатель не соотнесет ПТ с ситуацией, предлагаемой автором.

ПТ может иметь двоякое соотнесение с той или иной сферой-источником в зависимости от возраста адресата: в ПТ *Свободу импорту!* («Комсомолец Каспия», № 17, 2010) / *Свободу пациенту!* («Астраханские ведомости», № 4, 2011) / *Свободу окуням!* («Волга», № 68, 2009) читатели молодого возраста могут усмотреть отсылку к фразе из мультипликационного фильма *«Похождения блудного попугая»*: *«Свободу попугаям!»*. При этом часть реципиентов старшего возраста может провести аналогию с цитатой из советского фильма *«Берегись автомобиля»*: *«Свободу Юрию Деточкину!»*.

Функционируя в астраханском медийном дискурсе, ПТ могут включаться в текст в исходном виде или подвергаться различным трансформациям. Нетрансформированных прецедентизмов достаточно много: почти 40 %. Но наибольший интерес представляют их модификации, свидетельствующие о креативном потенциале как отдельной языковой личности (автора текста), так и группы людей, которой адресован текст. На Рис. 2 наглядно показано процентное соотношение основных видов трансформации ПТ:

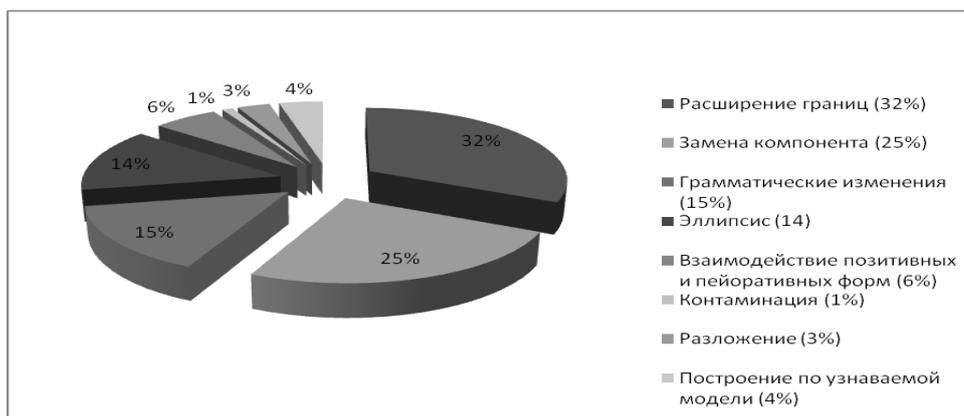


Рисунок 2 – ПТ с различными видами трансформации: процентное соотношение.

В ходе исследования сделан вывод о том, что чаще всего при трансформации используется расширение границ ПТ (32 %) и замена компонента (25 %): *Молодежь клюнула на губернаторскую удочку* («Комсомолец Каспия», № 106, 2009); *То, что президент России прописал* («Волга», № 26, 2010); *Властелин «одноруких бандитов»* («Факт и компромат», № 24, 2011); *Хромаем в ногу со временем* («Волга», № 42, 2010). Это объясняется тем, что данные трансформации почти всегда обеспечивают 100-процентную узнаваемость у реципиента.

Установлено, что данные виды модификации ПТ позволяют реализовать региональную специфику: *«Формула-1» по-разночиновски* («Волга», № 97, 2010; о результатах соревнований по джип-спрингу, проходивших в селе Разночиновка); *Вечера в библиотеке возле ЦУМа* («Факт и компромат», № 11, 2009; о выставке в библиотеке им. Н.К. Крупской, посвященной 200-летию юбилею Н.В. Гоголя); *Вобла, вобла – мать родная* («Клевое место», 20.04.2012); *Жизнь после Жилкина* («Факт и компромат», № 12, 2011; о последствиях деятельности мэра города) – «традиционный» компонент ПТ замещается составляющей с астраханской тематикой. Выявлено, что именно адаптированные для астраханского читателя / слушателя ПТ находят живой отклик у последних.

Особенно интересным представляется ПТ *Какой же астраханец не мечтает поймать голыми руками стерлядку!* («Астраханские ведомости», № 106, 2010), который встречается в статье о первом общегородском фестивале ухи. Трансформированная прецедентная единица имеет своей основой фразу из романа Н.В. Гоголя «Мертвые души»: *«Какой же русский не любит быстрой езды!»*. Астраханский край всегда славился своими рыбными богатствами, и поэтому любой астраханец равнодушен к рыбной ловле. Журналист проводит аналогию между пристрастиями русских людей вообще и астраханцев в частности.

В третьей главе **«Языковая личность журналиста и уровень его коммуникативной компетентности»** рассматриваются функции ПТ в сочетании с их коннотациями; устанавливается взаимосвязь между употреблением ПТ и уровнем развития языковой личности журналиста и его

коммуникативной компетентности; анализируются случаи нарушения астраханскими журналистами различных составляющих коммуникативной компетенции.

ПТ, функционируя в астраханском медийном дискурсе, способны выполнять целый ряд функций: воздействующую, персуазивную, интенциональную, людическую, характеризующую, стимулирующую, интерпретационную. Процентное соотношение функций ПТ представлено на Рис. 3:

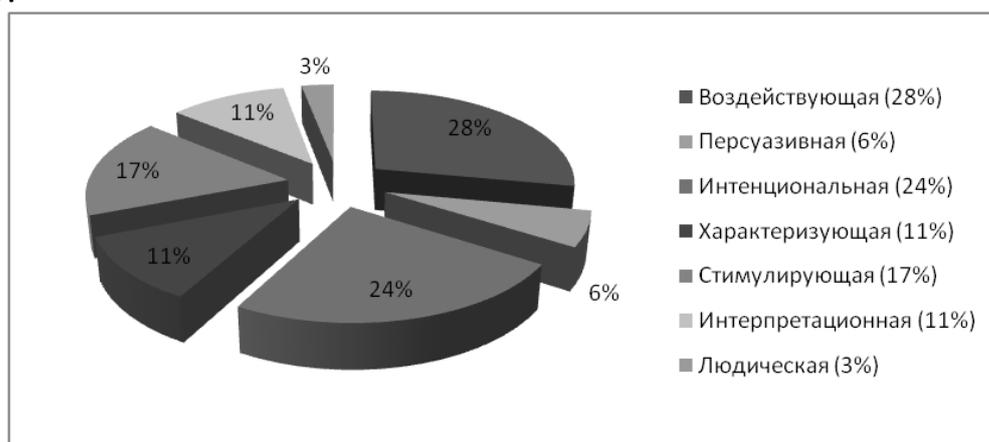


Рисунок 3 – Функции ПТ: процентное соотношение.

В результате сопоставления результатов настоящего исследования и других работ, посвященных функционированию ПТ в медийном дискурсе [Черногрудова 2003, Бриченкова 2007, Драпалюк 2010], выявлено совпадение по представленности функций ПТ. Однако обнаружено, что ПТ, выполняющие разные функции, распределены по текстам различных видов астраханских СМИ неравномерно. ПТ, использующиеся в качестве средства создания образа самого журналиста, практически не встречаются в региональных телепередачах, что объясняется, на наш взгляд, спецификой телевизионного дискурса и целями конкретных программ. Так, телепроект «Клевое место» нацелен на определенную аудиторию, а именно любителей рыбной ловли, и тематическая направленность передачи (обычно это репортажи с мест ловли рыбы) не оставляет места для подобных «речевых излишеств».

Печатные издания и новостные сайты дают своим авторам более широкие возможности. Письменная речь имеет такое преимущество, как продуманность (так как написанный текст всегда можно переписать, а равно и перечитать), по причине чего ее легче понимать. В связи с этим представляется закономерным вывод о том, что в текстах газет и интернет-сайтов встречаются ПТ, выполняющие различные функции в полном объеме.

При исследовании ПТ необходимо учитывать их коннотации. В результате анализа языкового материала были выделены ПТ с отрицательными и положительными коннотациями. Процентное соотношение данных ПТ представлено в Таб. 1:

Таблица 1 – Соотношение ПТ с отрицательными и положительными коннотациями, %\*.

Название СМИ	ПТ с «-» коннотациями	ПТ с «+» коннотациями
«Факт и компромат»	94	6
ast-news.ru	86	14
www.30ru.ru	80	20
«Астраханские ведомости»	74	26
«Новости-24. Астрахань»	66	34
«Горожанин»	60	40
«Комсомолец Каспия»	55	45
«Волга»	52	48
«Молодежная палитра»	33	67
«Клевое место»	25	75

Наиболее многочисленную группу составляют ПТ с отрицательными коннотациями: *Различные частные «бахчисарайские сараи» растут, как грибы после дождя* («Волга», № 27, 2010); *Зачем пустили Хозова в огород?* («Факт и компромат», № 10, 2012); *Однако это молчание купленных «ягнят» ни к чему не приведет* (<http://ast-news.ru/node/3104>); *На власть нацелены новые герои... Им точно закон не писан* (<http://www.30ru.ru/1405.html>), что подтверждает общепризнанное в литературе мнение о негативной ориентации языка СМИ [Сиротина, Ягубова 2000].

Как показало исследование, самый большой разрыв между количеством ПТ, выражающих противоположные коннотации, оказался у еженедельника «Факт и компромат» и новостных сайтов. Это позволяет сделать предположение о том, что ПТ с отрицательными коннотациями наиболее часто используются в материалах социально-политического и экономического характера. К тому же вышеупомянутые массмедиа являются коммерческими, поэтому их авторы, в отличие от авторов газет «Волга» и «Молодежная палитра» (финансирование которых ведется из регионального бюджета), более свободны в выражении своего мнения.

Одной из главных, на наш взгляд, функций ПТ является функция создания образа автора, которая в диссертационном исследовании рассмотрена на примере материалов журналиста астраханской областной газеты «Волга» **Сергея Синюкова** и журналиста астраханского областного общественно-политического еженедельника «Факт и компромат» **Виктора Зоркого**.

Виктор Зоркий в своих статьях представляет собственную точку зрения на политику и общественную деятельность как региона в целом, так и отдельных людей. Установлено, что к персоналиям журналист обращается намного чаще: в основном это политики, общественные деятели, чьи взгляды и моральные установки не совпадают с авторскими: *Алиса и Базилио XXI века: Они остались в стране дураков? Нет, они прохлаждаются в администрации Красноярского района!* («Факт и компромат», № 13, 2010); *Своя рубашка ближе к телу, и Владимир Федорович не исключение* («Факт и

компромат», № 9, 2009); *Отдохнуть вам надо, Виктор Иванович, золотой вы наш человек!* («Факт и компромат», № 24, 2012); *Но коли и на старуху бывает проруха, то уж на 67-летнего старика – тем более* («Факт и компромат», № 11, 2009; о главе Красноярского района).

Сергей Синюков является не просто рядовым корреспондентом, а колумнистом. Как автор колонки «7 дней одного года» журналист отображает в своих публикациях состояние различных сфер общества на примере Астраханского региона: *Астраханское областное радио – это, ясное дело, не Первый канал какой-нибудь, здесь никакими каспаровыми и немцами и не пахнет* («Волга», № 4, 2011); *Улицы стали каналами, автомобили – амфибиями, пешеходы – матершинниками. «А это просто дождь прошел, обычный летний дождь...»* («Волга», № 150, 2012; о городской канализации); *Утешаться мудрым изречением Черчилля типа «школьные учителя обладают властью, о которой премьер-министры могут только мечтать»? Ему бы, этому Черчиллю, такую зарплату, вмиг бы с коньяком завязал...* («Волга», № 165, 2012). В отличие от Виктора Зоркого, Сергей Синюков довольно редко прибегает к персоналиям. Представляется, что данный факт связан со спецификой газет, журналистами которых являются авторы: «Факт и компромат» – коммерческое издание, а «Волга» – государственное.

Исследование показало, что жанр, в котором работают журналисты, можно обозначить как фельетон. В ходе анализа выяснилось, что ПТ наиболее широко реализуют свои функции в текстах именно этого остро критического жанра.

Установлено, что Сергей Синюков проявляет свою модельную личность [Карасик 2002] в качестве ироничного комментатора, а Виктор Зоркий – в качестве саркастичного комментатора. На Рис. 4 представлено процентное соотношение ПТ, которые Сергей Синюков и Виктор Зоркий используют для выражения различных видов иронии и сарказма:



Рисунок 4 – ПТ как средство выражения иронии и сарказма в материалах С. Синюкова и В. Зоркого (соответственно): процентное соотношение.

Ирония в текстах Сергея Синюкова имеет широкий спектр направления:

**ирония автора по отношению к героям:** *Эти «Цезари» (водители маршруток – прим. автора) одновременно считают деньги, курят, калякают по мобиле и, отбивая такт, щелкают пальцами. При езде они свободны как птицы, ибо птицам правила не указ... Вообще же борются с ними уже лет 15. Но похоже, что это все равно что догнать Савранского... («О еде и воде» // «Волга», № 134, 2012);*

**ирония автора по отношению к читателям:** *Это ведь серьезное испытание – когда среднестатистической астраханской семье необходимо проесть-пропить годовой бюджет Сомали. Не щадя живота... Коты разглядывают остатки холодца, куриц и сервелата равнодушно, как Абрамович «пятитысячную» («Неделя первая. Полет нормальный?» // «Волга», № 2, 2013).*

**самоирония:** *Если бы мне в свое время подогнал портфель, например, Косыгин или, шут с ним, хотя бы Громыко, я бы сейчас... не писал бы тут разную околесицу («О продвинутых ослах и состоятельных котах» // «Волга», № 122, 2012).*

Самоирония у Сергея Синюкова часто двунаправлена: он высмеивает некие качества, присущие обществу, причисляя к нему и себя: *... аккуратно впереди нас... Москва. Мы, стало быть, дышим своим счастьем Нерезиновой в затылок! А чуть поднатужимся и обойдем! «Свя-я-ященные слова: «Москва за нами...» («Москва нас счастьем обошла» // «Волга», № 130, 2012); Но аттракционы неслыханной щедрости и бесплатная раздача слонов у нас, постсоветских жителей, – явление чреватое («Дорожников – гонять, Камышин – обгонять» // «Волга», № 138, 2013). Журналист позволяет себе насмешку над созданным образом постсоветского общества, к которому относит и себя. В результате этого журналист снимает возможную напряженность и становится ближе к читателям.*

Виктор Зоркий, напротив, употребляет ПТ только с целью выражения сарказма по отношению к героям: *Там о дорогом Владимире Федоровиче говорят лучше, чем о покойниках. О покойниках ведь можно вообще не говорить... («Криминал Красноярского района» // «Факт и компромат», № 9, 2009); И служить рад, и прислуживать не тошно (о начальнике службы радиовещания ГТРК; «Радио – пародия» // «Факт и компромат», № 4, 2011); Хорошо там, где Шеина нет («Факт и компромат», № 25, 2013); «Не Вещий Олег...» («Факт и компромат», № 36, 2012; о депутате, который не выполнил своих предвыборных обещаний); Некрасавица и чудовище («Факт и компромат», № 17, 2011; о противоправных действиях чиновников Красноярского района).*

Проведенное исследование показало, что Сергей Синюков и Виктор Зоркий являются неординарными публицистами, а ПТ, которые журналисты в большом количестве удачно используют в своих статьях, помогают раскрыть языковую личность автора как создателя оригинального текста.

В данной работе была поставлена задача рассмотреть не только факты владения астраханскими журналистами ПТ как признака их профессионального мастерства, но и примеры ошибок, которые совершают авторы, обращаясь к ПТ.

Выдвинутое предположение о том, что способность журналиста использовать в своих материалах ПТ зависит от уровня его коммуникативной компетентности, в ходе исследования получило подтверждение. Выявлены случаи нарушения астраханскими журналистами некоторых составляющих коммуникативной компетенции (за основу была взята типология, предложенная коллективом саратовских ученых (О.Б. Сиротина, М.А. Кормилицына, Т.А. Милехина, Е.П. Захарова, Е.В. Уздинская и др.), которая, в свою очередь, является частью коммуникативной компетентности и отвечает за способность осуществлять общение.

Установлено, что чаще всего астраханскими журналистами нарушается **этическая составляющая** (вежливость, толерантность, скромность) коммуникативной компетенции (55 %): *Жизнь не сахар и не мед, но народ пока не мрет* (<http://www.30ru.ru/6542.html>; о ценах на продукты) – заголовок заметки можно считать неудачным, поскольку отношение к смерти в русской культуре всегда было очень осторожным; употребление подобного ПТ в данном контексте нельзя назвать этичным и свидетельствует о непрофессионализме журналиста. *Супермаркет голодному не товарищ* («Комсомолец Каспия», № 7, 2012; заметка из раздела «Криминал» о том, что некий молодой человек похитил из супермаркета продукты; свой поступок задержанный позже юноша объяснил тем, что был голоден) – в публикациях такого рода употребление ПТ совершенно неуместно.

Исследование показало, что астраханские журналисты нередко нарушают культурные запреты, используя ПТ в текстах, темы которых накладывают табу на языковую игру.

Нарушение **языковой составляющей** (целесообразность речевых изменений, баланс и творчество в речи) коммуникативной компетенции встречается в 32 % случаев: *Формула молока* («Волга», № 27, 2012; заголовок) – отсутствует связь между названием и содержанием статьи, в которой рассказывается не о химическом составе и свойствах продукта, а о ценах на него; *Фильм на пустом месте* (<http://ast-news.ru/node/3104>; о фильме «Белое солнце пустыни», действие которого происходит в пустыне) – нецелесообразно использовать подобный фразеологизм (пусть и в буквальном значении), говоря о культовой кинокартине советской эпохи.

Нарушение **собственно коммуникативной составляющей** (умение учитывать конкретную ситуацию, выбор тональности в соответствии с типом общения) коммуникативной компетенции встречается в 13 % случаев: *Большая стирка* («Факт и компромат», № 3, 2011; о том, что Банк России отозвал лицензию на осуществление банковских операций у Астраханьпромбанка) – название придает легкомысленный характер затронутой в статье финансовой проблеме и совершенно не сочетается с

сухим стилем публикации; *Теперь власти надобно решить «теорему Пуанкаре» – как это хозяйство метаморфозировать, учитывая огромную армию негоциантов и ретроградно ностальгирующих покупателей?* («Комсомолец Каспия», № 158, 2012; о ситуации с астраханскими рынками) – возникает сомнение в том, что читатели газеты, ориентирующейся в основном на массового потребителя, знают значение слова *негоциант* и тем более суть *теоремы Пуанкаре*.

Самым главным профессиональным риском является риск неполного понимания [Сиротинина 2013: 62]. Адресант должен заботиться об адресате, помогать последнему адекватно воспринимать сообщаемое. Однако очень часто желание журналистов привлечь наибольшее количество читателей / слушателей приводит к тому, что использование ПТ оказывается неэффективным и даже неуместным.

Результаты настоящего исследования показали, что уровень коммуникативной компетентности журналиста и развития его языковой личности напрямую зависит от умения оперировать фоновыми знаниями, в частности ПТ.

В **Заключении** обобщаются основные результаты исследования, делаются выводы, намечаются перспективы дальнейшей работы в данном направлении, которые видятся в необходимости рассмотрения ПТ с позиции отражения ими конкретных авторских ценностей и сравнительного анализа ценностей провинциальных и столичных журналистов, а также исследования особенностей бытования ПТ в новых видах массмедиа, в частности блогах.

**Приложение** содержит интервью с журналистом астраханской областной газеты «Волга» Сергеем Синюковым.

**Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:**

1. Силантьева (Серкина), В. Н. **Имя собственное в контексте массовой коммуникации** / В. Н. Силантьева // **Гуманитарные исследования : журнал фундаментальных и прикладных исследований** / под ред. Г. Г. Исаева. Астрахань : Издательский дом «Астраханский университет», 2010. № 2 (34). С. 44-48.

2. Серкина, В. Н. **Прецедентные тексты как средство выражения эмоциональной оценки : функциональный аспект (на материале региональных СМИ)** / В. Н. Серкина // **Вестник МГГУ им. М. А. Шолохова. М. : Изд-во МГГУ, 2011. № 4. С. 82-89.**

3. Серкина, В. Н. **Языковая личность Виктора Зоркого – автора астраханского областного общественно-политического еженедельника «Факт и компромат» [Электронный ресурс]** / В. Н. Серкина // **Медиаскоп [Электронный ресурс] : электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. Вып. 4. М., 2012. URL : <http://www.mediascope.ru/node/1241>. Загл. с экрана. Рус. яз.**

4. Силантьева, В. Н. Прецедентность как феномен языковой игры / В. Н. Силантьева // Наука : Поиск-2008 : сб. науч. ст. / отв. ред. Н. А. Селюкова. Астрахань : Изд-во АГТУ, 2008. С. 97-99.

5. Силантьева, В. Н. Прецедентные тексты в русской речи // Система ценностей современного общества : сб. материалов IV Всерос. научно-практич. конф. / под общ. ред. С. С. Чернова. Новосибирск : ЦРНС – Изд-во СИБ-ПРИНТ, 2009. С. 146-148.

6. Силантьева, В. Н. Источники прецедентных высказываний (на материале региональных печатных газет) / В. Н. Силантьева // Текст. Структура и семантика : доклады XIII Междунар. конф. : в 2 т. Т. 2. М. : ТВТ Дивизион, 2009. С. 103-107.

7. Силантьева, В. Н. Особенности функционирования прецедентных высказываний в региональных печатных СМИ / В. Н. Силантьева // Вопросы лингвистики и литературоведения / под. ред. Г. Г. Глинина. Астрахань : Издательский дом «Астраханский университет», 2009. № 3 (7). С. 62-66.

8. Силантьева, В. Н. Неудачные заголовки информационных статей (на материале региональных печатных газет) / В. Н. Силантьева // Риторика и культура речи : наука, образование, практика : материалы XIV Междунар. науч. конф. (1-3 февраля 2010 г.) / под. ред. Г. Г. Глинина. Астрахань : Издательский дом «Астраханский университет», 2010. С. 166-167.

9. Силантьева, В. Н. Происхождение прецедентных текстов / В. Н. Силантьева // Вестник Астраханского государственного технического университета. Астрахань : Изд-во АГТУ, 2010. № 2 (50). С. 106-111.

10. Силантьева, В. Н. Функции трансформированных прецедентизмов в коммуникативном пространстве публицистического текста / В. Н. Силантьева // Профессиональная коммуникация : лингвистика, лингводидактика, межкультурное общение : коллективная моногр. / отв. ред. Т. В. Дроздова. Астрахань : Изд-во АГТУ, 2011. С. 160-170.

11. Силантьева, В. Н. Экстралингвистические признаки текстов СМИ / В. Н. Силантьева // Лингвистика в современном мире : материалы IV междунар. научно-практич. конф. (31 августа 2011 г.) : сб. науч. тр. / под ред. к.ф.н. Е. В. Шутовой. М. : Изд-во «Спутник+», 2011. С. 62-65.

12. Силантьева, В. Н. Включение в текст узнаваемой ситуации как условие создания текстовой реминисценции / В. Н. Силантьева // Современные тренды развития социогуманитарного знания : сб. науч. тр. Междунар. научно-практич. конф., приуроченной к празднованию «Дня Знаний» в Российской Федерации, 1-2 сентября 2011 года. Ростов н/Д. : Научное сотрудничество, 2011. С. 94-99.

13. Серкина, В. Н. К вопросу о разграничении понятий интертекстуальность и прецедентность / В. Н. Серкина // Филологические этюды : сб. науч. ст. молодых ученых : в 3 ч. Саратов, 2012. Вып. 15 : в 2 кн. Кн. 1. С. 207-212.

14. Серкина, В. Н. Специфика факторов, влияющих на восприятие прецедентных высказываний (на примере астраханских газет и интернет-ресурсов) / В. Н. Серкина // Вестник Астраханского государственного технического университета. Астрахань : Изд-во АГТУ, 2012. № 1 (53). С. 131-133.

15. Серкина, В. Н. Астрахан областық қоғамдық-саяси «Факт и компромат» апталығының авторы Виктор Зоркийдің тілдік тұлғасы / В. Н. Серкина // Жас ғалымдар жаршысы. 2012. №№ 1-12 (31-33). С. 49-56.

16. Серкина, В. Н. (в соавторстве с Паршиной О. Н., Евстегнеевой Н. А., Новинской Н. В., Алтуфьевым М. Ю.) База данных «Имена для товарных знаков, предприятий торговли и сферы услуг» (Свидетельство о государственной регистрации № 2011620490 от 29.06.2011).