

Субстантивные перифразы с символическим компонентом как один из приемов реализации стратегии речевого воздействия в современной российской публицистике

Лыскова Татьяна Викторовна

Аспирантка Вятского государственного гуманитарного университета, Киров, Россия
Одним из речевых приемов достижения целей коммуникативного воздействия в современной российской публицистике является апелляция к прецедентным именам, под которыми понимаются имена собственные, «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер...» [Караулов: 216]. Они могут соотноситься носителями языка с широко известным текстом (*Ромео*, *Золушка* и др.), с широко известной ситуацией (*Колумб*, *Цезарь* и др.), указывать на некоторую эталонную совокупность качеств (*С. Сталлоне*, *Б. Уиллис*, *М. Харри* и др.).

По нашим наблюдениям, в современной российской публицистике встречаются субстантивные перифрастические конструкции с прецедентными именами. Среди прецедентных имен в составе субстантивных перифраз особенно выделяются имена-символы. Это индивидуальные имена, связанные с разными типами объектов:

1) С реальными широко известными

а) Лицами: Японский Тарантино (Такешита Китано), аргентинский Кулибин (Даниэль Этчиверия), Чехов наших дней (Александр Вампилов), белорусский Даль (Иван Носович), белый Пеле (Зико), бородатый Сталлоне (Владимир Машков), дальневосточный Фенимор Купер (Юрий Янковский), северный Паганини (Михаил Ельский) и др.

б) Географическими объектами: московский Иерусалим (Отрадное), наш Израиль (Алтай), нефтегазовый Клондайк (Южная часть Каспия), русская Швейцария (Русский район в Подмосковье), русский Китай (Дальний Восток), северная Венеция (Санкт-Петербург), третий Рим (Москва), украинский Пьемонт (Крым) и др.

2) С ментальными широко известными лицами и географическими объектами:

а) Библейскими: русский Самсон (российский президент), латышский Навуходоносор (Андрейс Жагарс) и др.

б) Мифологическими (легендарными): труженики Мельпомены (актеры), сыны Суоми (финны), остров Афродиты (Кипр), полярная Атлантида (Гиперборея) и др.

в) Литературными: Золушка советской эстрады (Людмила Сенчина), августейший Ромео (Николай П), нация Обломовых (русские) и др.

г) Кинематографическими: хоккейный Джеймс Бонд (Сергей Мозякин), русский Кинг-Конг (Николай Валуев) и др.

Имена-символы в составе субстантивных перифраз в современной российской публицистике функционируют коннотативно, или, по терминологии Д.Б. Гудкова, интенционально, т. е. используются для характеристики объекта [Гудков: 60–61]. Использование символических имен в метафорическом ключе в составе субстантивных перифраз выводит журналиста за рамки того, что опосредовано его опытом. В результате автор публицистического текста прибегает к языку символов. Эти символы создают в семантике перифрастических сочетаний некоторые ассоциации или сравнения и характеризуют объект перифрастической номинации по различным параметрам: по внешности, характеру, деятельности или другим признакам. Приведем примеры из текстов современной публицистики: *Возьмет ли белый Пеле Лондон?; Белый Пеле, так прозвали Зико во время его игрецкой карьеры* (Сов. спорт. 8 апреля 2008, № 51); *Сейчас основное время «русский Брюс Уиллис», или, как его еще называют в США, «бородатый Сталлоне», проводит в Голливуде* («КП» 1–8 февраля 2007, № 15) и др. В данных примерах прецедентные имена (Пеле, Брюс Уиллис и Сталлоне) дают характеристики перифразируемому объекту по следующим параметрам: профессиональная деятельность и внешность.

Для российской публицистики значимой в связи с употреблением имен-символов в качестве компонента перифрастического образования становится *стратегия*, связанная с использованием приемов языковой экспрессии. В самом общем смысле «речевая стратегия включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана... Речевая стратегия представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение какой-либо цели» [Иссерс: 54]. Формальное информирование в российских публицистических текстах сопрягается с особой формой изложения материала. Это, по-видимому, и обуславливает большое количество имен-символов в коннотативном употреблении. Содержательная сторона (информативность) подкреплена языковыми презентациями (экспрессивные единицы).

Стратегия речевого воздействия прежде всего связывается с целевой установкой говорящего / пишущего и сопровождается различными речевыми тактиками. Выделение каких-либо качеств или свойств некоторого объекта и их перенос на объект перифрастической номинации порождает следующие тактики речевого воздействия:

1) Тактику комплимента: *Русская Джульетта Мазина, Чаплин в юбке – так называли Надежду Румянцеву за рубежом* (ОРТ, Доброе утро, 09.09.08. 8.30.); *Как советский «Холмс» королеве помог* (о Владимире Чванов) – подзаголовок («АиФ», 24–30 января 2007, № 4) и др.

2) Тактику издевки и оскорбления: *Похоже, что в соответствии с русской поговоркой «тихий омут» оказался с чертями, но ничего, кроме клочки «наш доморощенный Клинтон», Юрий Ильич за это время не приобрел* (о Юрии Скуратове) (Итоги 23.03.1999) [Вальтер, Мокиенко: 456] и др.

3) Тактику иронии: *Вадим Галыгин, Баба-Яга и Кощей Бессмертный «Русского радио», каждый день рассказывает любимые сказки по-своему...* (Русское радио, 23.09.2008. 17.10) и др.

Литература

- Вальтер Х., Мокиенко В.М. Большой словарь русских прозвищ. М, 2007.
Гудков Д.Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности. М., 1999.
Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М., 2008.
Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.