

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ВИДОВ НОМИНАЦИИ ИЗВЕСТНЫХ ЛИЦ В ПЕЧАТНЫХ СМИ

В статье рассматривается функционирование различных видов номинаций известных лиц в публицистическом дискурсе. Материалом послужили именованные известные лица, зафиксированные в современной прессе. Затрагиваются вопросы контекстуального варьирования официальных и неофициальных наименований, выявляются закономерности их употребления в современной газетной речи. В работе отмечаются стилистические особенности функционирования газетных номинаций. Выявляется специфика употребления разных видов наименований лиц в различных коммуникативных ситуациях. Отмечается последовательное использование двучленной номинации по имени и фамилии в официальной коммуникации, употребление в качестве неофициальных обозначений именованных с помощью прозвищ.

Ключевые слова: номинация лиц, газетная речь, коммуникативная ситуация, публицистический дискурс, экспрессия.

Современный публицистический дискурс включает разнообразные типы номинации. Коммуникативная установка автора газетного материала обуславливает выбор конкретного наименования известного лица. Каждая номинация способна варьироваться в зависимости от положения в тексте и выражаемой оценки.

Вопросам номинации лиц в публицистической речи посвящены работы Н.И. Формановской [1], О.А. Давыдовой [2], Л.А. Батуриной [3] и др. Г.Я. Солганик говорит о двух важнейших характеристиках публицистической речи: текстовой модальности и степени стандартизованности. Ученый пишет: «Речь заключает в себе индивидуальное и типовое, в ней реализуются категория автора, авторский замысел, стиль и многие другие особенности. Речь отражает языковые устремления, стилевую манеру публициста. В основе публицистической речи лежит мысль, стремящаяся обрести отточенную, в идеале афористическую форму. Однако это и речь личностная, потому эмоциональная» [4, с. 23]. В работе «О структуре речи (категории производителя и субъекта речи)» Г.Я. Солганик отмечает, что в публицистическом стиле «производитель речи совпадает с ее субъектом. И в этом принципиальное отличие публицистики от художественной речи, главная особенность этого стиля, главная причина его воздействия, силы и выразительности» [5, с. 99].

В исследованиях, посвященных изучению политического дискурса, выделяются его лексико-семантические характеристики: выразительность, стандартизованность, концептуализация, ритуализованность, персуазивность [6, с. 11].

Базой для нашего анализа послужили материалы газеты «Комсомольская правда» за 2015–2016 годы.

* © Зарипова В.М., 2016

Зарипова Венера Масхутовна (vns5.85@mail.ru), кафедра издательского дела и книгораспространения, Самарский университет, 443086, Российская Федерация, г. Самара, Московское шоссе, 34.

Определив типы именованных в газетной речи, мы постарались выявить виды экспрессии, выражаемые ими, а также охарактеризовать коммуникативные ситуации, в которых они функционируют.

Широко распространенные и устойчивые в современной газетной речи обозначения лица по имени и фамилии являются нейтральными и общеупотребительными вариантами. Использование нейтральных номинаций характерно для официальной коммуникации. Например: *Одним из пунктов программы Владимира Путина в Санкт-Петербурге в понедельник стал Эрмитаж, где открылся IV Международный культурный форум, посвященный 70-летию ЮНЕСКО* (КП. 16.12.2015); *Как сообщили в пресс-службе президента, 3 декабря в Кремле Владимир Путин обратится с Посланием к Федеральному собранию* (КП. 01.12.2015); *Встреча Владимира Путина с президентом Армении Сержем Саргсяном началась с взаимных дипломатических любезностей* (КП. 09.09.2015); *В понедельник Дмитрий Медведев прибыл с официальным визитом в Китай* (КП. 15.12.2015).

Официальное обозначение, включающее не только полную форму имени и фамилию, но и развернутое или лаконичное указание социального статуса лица, совмещает стилистическую и идентифицирующую функции. Например: *Вице-премьер РФ Ольга Голодец доложила Владимиру Путину об итогах поступлений в вузы в этом году* (КП. 30–31.10. 2015); *На 2016 год следует сверстать реалистичный бюджет. Об этом заявил премьер Дмитрий Медведев на экономическом совещании в понедельник* (КП. 09.09.2015); *— Ситуация меняется не в лучшую сторону, — заявил в субботу министр финансов Антон Силуанов* (КП. 15.12.2015); *Премьер поддержал предложение главы Минэкономразвития Алексея Улюкаева не сокращать бюджетные расходы на создание в моногородах территорий опережающего развития (ТОР)* (КП. 24.07.2015); *Доходы бюджетников обсуждали в закрытой части совещания. Свет пролил вышедший к прессе глава Минтруда Максим Топилин* (КП. 30.10.2015).

Двучленная номинация по имени и фамилии соседствует в газетных публикациях с однословными наименованиями по фамилии или с обозначениями дискурсивно известного социального статуса лица. Так, подобное чередование отмечается в информационных сообщениях: *У Владимира Путина есть традиция: каждый год в честь Дня Конституции он летит в Санкт-Петербург и встречается с судьями Конституционного суда. <...> Мы знаем, что здесь ничего нового не придумали, многие европейские страны идут, по сути, по тому же пути, заметил Путин* (КП. 16.12.2015); *Владимир Путин подписал закон о заморозке накопительной части пенсии в 2016 году. <...> Президент подписал и закон о повышении минимальной оплаты труда.* (КП. 16.12.2015); *— Мы с вами еще говорили о сборах в пенсионную систему, — напомнил Владимир Путин. <...> О том, что нужно сформировать единый механизм администрирования платежей, Путин заявил в декабре, в Послании Федеральному собранию* (КП. 19.01.2016); *Расходы бюджета придется резать, от части проектов отказаться или отложить их на более поздние сроки. Об этом заявил Дмитрий Медведев на совещании с вице-премьерами и министрами экономического блока правительства <...> Эти меры позволят существенно обновить автопарк <...>, — объяснил Медведев цели поддержки автопрома* (КП. 19.01.2016). Однословные именованные оказываются достаточными для обозначения лица, известного широкой аудитории. С.С. Гусева, рассматривая средства номинации одного и того же лица в художественном тексте, использует понятие номинативная парадигма, под которым понимает «ряд номинаций одного лица в тексте» [7, с. 189]. Можно предположить, что данное понятие применимо и к публицистическому тексту.

Экспрессивные номинации такие, например, как прозвища, имеющие ярко выраженный оценочный характер, фиксируются в рассматриваемой газете в различных публикациях. Х. Вальтер и В. Мокиенко в Предисловии к Большому словарю рус-

ских прозвищ отмечают, что группа прозвищ известных деятелей и знаменитостей «характеризуется тем, что из-за широкой известности объекта номинации прозвища в какой-то мере утрачивают (или отражают в ослабленном виде) такое категориальное свойство, как корпоративность или камерность, т. е. знак принадлежности к относительно узкому социуму» [8, с. 13]. Так, единичное именование известного лица с помощью узуального прозвища [9, с. 453] используется в представленном издании в репортаже об открытии в Екатеринбурге Ельцин-центра: *Глава «Роснано» Анатолий Чубайс пришел без галстука, но с женой-телеведущей Дуней Смирновой. Главному приватизатору России в Ельцин-центре посвящен не один стенд. Кстати, Чубайс был одним из спонсоров, вложивших деньги в центр* (КП. 27–28.11.2015). Ведущими в данном тексте являются официальные номинации по имени и фамилии, часто — с протокольным указанием должности лица, а также обозначения только по фамилии. Так, в начале рассматриваемой публикации приводится полная номинация известных лиц с указанием социального статуса: *В среду в Екатеринбурге заработал первый в истории России президентский центр — Ельцин-центр. На его открытие приехали президент Владимир Путин, премьер Дмитрий Медведев, глава кремлевской администрации Сергей Иванов*. В конце текста — лаконичная номинация, включающая только один элемент — фамилию: *После Путина и Медведева к микрофону вышла Наина Ельцина* (КП. 27–28.11.2015).

В следующей публикации неофициальная номинация с помощью прозвища используется в сильной позиции текста — в заголовке: *Одесса-мама, Мишико-подкидыш и грандиозный кипеж* (КП. 08.09.2015). В лиде употребляется традиционная для современной газетной речи номинация по имени и фамилии — «КП» *решила подвести первые итоги губернаторства в Одессе Михаила Саакашвили, внезапно назначенного на этот пост 30 мая 2015 года* (КП. 08.09.2015). Прозвище многократно повторяется в самой публикации, чередуясь с неофициальной номинацией только по имени и официальными обозначениями по имени и фамилии, только по фамилии: *Ведь оценка правления Мишико в Одессе началась уже на следующее утро после его назначения. <...> Да и вообще поматросит Миша Одессу и уедет следующей весной покорять Киев* (КП. 08.09.2015).

Как видно из примера, экспрессивное обозначение известного лица с помощью прозвища чередуется в тексте публикации с нейтральными номинациями по имени и фамилии, которые дополнены указанием социального статуса. В.Г. Костомаров, характеризуя конструктивно-стилевой вектор массовой коммуникации, отмечает, что «суть ее КСВ <...> сводима к упорядоченному чередованию экспресsem и стандартов...» [10, с. 184]. Так, благодаря официальной номинации происходит идентификация лица, а неофициальная выражает авторскую оценку. Как показал материал, неофициальное обозначение является либо доминирующим, либо единичным употреблением в тексте. Преобладание в публикации неофициальных наименований придает ей соответствующую эмоционально-экспрессивную окраску. Так, обозначение лица по имени-отчеству в зависимости от контекста способно приобретать различное звучание: от нейтрального до иронического: *Более того, страну нашу реформировали так криво и по-дурацки, что Борис Николаевич оставил своим потомкам шанс «вернуть фарш назад»* (КП. 01.12.2015).

Итак, авторская интенция оказывается важным фактором при выборе вида именованного лица в газете. Г.Я. Солганик, рассуждая о структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ), рассматривает триаду «адресант—сообщение—адресат» применительно к публицистическому стилю и приходит к выводу, что в ней «главная роль принадлежит первому компоненту — автору, производителю речи» [11, с. 28]. Л.Г. Кайда, характеризуя позицию автора в публицистике, пишет, что «позиция автора — это социально-оценочное отношение к фактам, явлениям,

событиям. В лингвистическом плане она выражается в подчинении всех языковых средств основной коммуникативной установке, в их, совместно с композиционными приемами, целенаправленном использовании для усиления воздействия текста на читателя» [12, с. 58].

Таким образом, особенности функционирования номинаций известных лиц в современном публицистическом дискурсе связаны с коммуникативной целью автора газетного текста и возможностью варьирования и трансформации компонентов именования.

Библиографический список

1. Формановская Н.И. Нужно ли русскому человеку отчество? // Русская речь. 2004. № 5. С. 67–76.
2. Давыдова О.А. Антропонимы на страницах современной публицистики // Публицистика и информация в современном обществе / под общ. ред. проф. Г.Я. Солганика. М., 2000. С. 44–56.
3. Батурина Л.А. Имена собственные в газете // Русская речь. 2006. № 6. С. 63–65.
4. Солганик Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) // Язык современной публицистики. М.: Флинта: Наука, 2007. С. 13–30.
5. Солганик Г.Я. О структуре речи (категории производителя и субъекта речи) // Вестник Московского университета. Сер. 9: Филология. 2014. № 4. С. 90–100.
6. Бабич Н.Г. Президентское интервью как жанр политического дискурса и его лингвопрагматические характеристики: (на материале английского и русского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2015.
7. Гусева С.С. Обозначения лица в тексте как элементы единой номинативной парадигмы (на примере текстов А.П. Чехова) // Вестник Московского университета. Сер. 9: Филология. 2015. № 2. С. 187–196.
8. Вальтер Х., Мокиенко В.М. Большой словарь русских прозвищ. М.: ЗАО «ОЛМА Медиа Групп», 2007. 704 с.
9. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: очерки современной русской стилистики. М.: Гардарики, 2005.
10. Кайда Л.Г. Позиция автора в публицистике. Стилистическая концепция // Язык современной публицистики. М.: Флинта: Наука, 2007. С. 58–66.

References

1. Formanovskaja N.I. *Nuzhno li russkomu cheloveku otchestvo?* [Does Russian person need patronymic name?]. *Russkaia rech'* [Russian speech], 2004, no. 5, pp. 67–76 [in Russian].
2. Davydova O.A. *Antroponimy na stranitsakh sovremennoi publitsistiki* [Anthroponyms in the modern journalism]. In: *Publitsistika i informatsiia v sovremennom obshchestve. Pod obshch. red. prof. G.Ya. Solganika* [Publicistic and information in modern society. G.Ya. Solganik (Ed.)]. M., 2000, pp. 44–56 [in Russian].
3. Baturina L.A. *Imena sobstvennye v gazete* [Proper names in a newspaper]. *Russkaia rech'* [Russian speech], 2006, no. 6, pp. 63–65 [in Russian].
4. Solganik G.Ya. *O strukture i vazhneishikh parametrokh publitsisticheskoi rechi (iazyka SMI)* [On structure and the most important parameters of publicistic speech (language of mass-media)]. In: *Iazyk sovremennoi publitsistiki* [Language of modern journalism]. M.: Flinta: Nauka, 2007, pp. 13–30 [in Russian].
5. Solganik G.Ya. *O strukture rechi (kategorii proizvoditelja i sub"ekta rechi)* [On speech structure (categories of creator and subject of speech)]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya* [Moscow State University Bulletin. Series 9. Philology], 2014, no. 4, pp. 90–100 [in Russian].
6. Babic N.G. *Prezidentskoe interv'iu kak zhanr politicheskogo diskursa i ego lingvopragmaticheskie kharakteristiki: (na materiale angliiskogo i russkogo iazykov): Avtoref. diss. ... kand.nauk; Filol. nauki* [Presidential interview as genre of political discourse and its

linguopragmatic characteristics (on the material of English and Russian languages: Extended abstract of Candidate's of Philological sciences thesis]. M., 2015 [in Russian].

7. Guseva S.S. *Oboznachenie litsa v tekste kak elementy edinoi nominativnoi paradigmy (na primere tekstov A.P. Chekhova)* [Ways of naming a person in the text as elements of unified nominative paradigm (on the examples from A.P. Chekhov's texts)]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya* [Moscow State University Bulletin. Series 9. Philology], 2015, no. 1, pp. 187-196 [in Russian].

8. Val'ter Kh., Mokienko V.M. *Bol'shoi slovar' russkikh prozvizhch* [Unabridged dictionary of Russian nicknames]. M.: ZAO «OLMA Media Grupp», 2007, 704 p. [in Russian].

9. Kostomarov V.G. *Nash iazyk v deistvii: ocherki sovremennoi russkoi stilistiki* [Our language in action: essays of modern Russian stylistics]. M.: Gardariki, 2005, 287 p. [in Russian].

10. Kaida L.G. *Pozitsiia avtora v publitsistike. Stilisticheskaia kontseptsiiia* [Author's point of view in the journalism. Stylistic conception]. In: *Iazyk sovremennoi publitsistiki* [Language of modern journalism]. M.: Flinta: Nauka, 2007, pp. 58-66 [in Russian].

*V.M. Zaripova**

FUNCTIONING OF TYPES OF FAMOUS PERSON'S NOMINATION IN THE PRINTED MASS MEDIA

The article is devoted to the investigation of functioning of different types of nomination of famous people in the publicistic discourse. The nominations of famous people fixed in the modern press served as a material for the article. Issues of contextual variation of formal and informal names are touched upon, the regularities of their use in modern newspaper language are marked. Stylistic peculiarities of functioning of newspaper nominations are noted in the article. Specificity of usage of different nomination types in different communicative situations is identified. The successive using of two member nominations by name and surname in the official communication, the usage of unofficial nominations by nicknames is noted.

Key words: person nomination, newspaper speech, communicative situation, publicistic discourse, expression.

Статья поступила в редакцию 22/VII/2016.

The article received 22/VII/2016.

* Zaripova Venera Maskhutovna (vns5.85@mail.ru), Department of Publishing Industry and Book Distribution, Samara University, 34, Moskovskoe shosse, Samara, 443086, Russian Federation.