

УДК 81'42:659.4

## ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ КАК СРЕДСТВО ПИАР-ВОЗДЕЙСТВИЯ В МАСС-МЕДИЙНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

*Грабовенко И. С.*

*Киевский национальный университет им. Т. Г. Шевченко, г. Киев*

В статье проанализированы основные функции и особенности употребления прецедентных феноменов как средства пиар-воздействия в масс-медийном политическом дискурсе.

**Ключевые слова:** интертекстуальность, прецедентный феномен, пиар-воздействие, масс-медиа, политический дискурс.

**Постановка проблемы.** Увеличение роли информационных потоков в современном обществе способствует постоянному поиску политиками новых эффективных средств воздействия на электорат. Стремление повысить авторитет, завоевать доверие и голоса потенциальных избирателей побуждает представителей власти в процессе подготовки масс-медийных политических текстов обращаться к таким сферам общественной жизни, как литература, музыка, кинематограф, медицина, история и т. д. Результатом подобного рода коммуникативной интеграции является взаимопроникновение текстов друг в друга, что выражается в заимствовании отдельных фрагментов либо черт других текстов. Обозначенное явление привело к развитию теории интертекстуальности не только на примере художественного текста, но и на примере медиатекста, который в наши дни не является достаточно изученным, что и обуславливает **актуальность** нашего исследования.

**Цель** статьи – анализ функций и особенностей употребления прецедентных феноменов в качестве средства пиар-воздействия в масс-медийном политическом дискурсе.

**Предметом** исследования стали основные единицы системы прецедентных феноменов в масс-медийном политическом дискурсе.

**Анализ литературы.** Большой вклад в исследование теории интертекстуальности внесли М. М. Бахтин, У. Бройх, Д. Б. Гудков, Ж. Деррида, И. В. Захаренко, Е. А. Земская, Ю. Н. Караулов, В. В. Красных, Ю. А. Кристева, Р. Липтак, Е. А. Нахимова, М. Риффатерр, Т. Рорер, Г. Г. Слышкин, С. И. Сметанина, Р. Л. Смулаковская, Дж. Цинкен и др.

Принято считать, что термин «интертекстуальность» впервые в научный обиход был введен Ю. А. Кристевой и употреблялся для обозначения «общего свойства текстов, выражающегося в наличии между ними связей, благодаря которым тексты (или их части) могут многими разнообразными способами явно или неявно ссылаться друг на друга» [6, с. 102].

Основное внимание в нашем исследовании уделено особенностям речевых средств пиар-воздействия на примере текстов масс-медийного политического дискурса, где явление интертекстуальности является достаточно распространенным. Изучая данную проблематику, А. П. Чудинов приходит к выводу, что в политическом дискурсе под интертекстуальностью следует понимать «присутствие в тексте элементов других текстов, его восприятие как частицы общего политического дискурса и – шире – как элемента национальной культуры» [7, с. 48]. Такой подход представляется нам оправданным и целесообразным. Следует также отметить, что среди первоочередных задач использования приема интертекстуальности в политической коммуникации можно выделить воздействие на формирование точки зрения и поведения реципиента. Именно поэтому представителями власти широко используется интертекстуальность как один из инструментов пиар-воздействия в масс-медийном политическом дискурсе.

На современном этапе развития лингвистической науки много внимания уделяется изучению феномена прецедентности, который имеет интертекстуальную природу. Основоположником термина «прецедентный текст» принято считать Ю. Н. Караулова, который говорит о том, что прецедентными следует называть тексты, «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т. е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [3, с. 216].

Говоря о функциях прецедентных феноменов, О. А. Ворожцова акцентирует внимание на общности их когнитивного механизма и когнитивного механизма метафоры. Поэтому целесообразным ученый считает касательно прецедентных феноменов использовать предложенную А. П. Чудиновым классификацию функций политической метафоры, а именно: 1) когнитивная функция; 2) коммуникативная функция; 3) прагматическая функция; 4) эстетическая функция, состоящая из изобразительной и экспрессивной функции. В некоторых случаях выделяется также имиджевая функция [1, с. 61].

В процессе анализа функционирования прецедентных феноменов в масс-медийном политическом дискурсе представляется возможным говорить о воздействующей функции как одной из наиболее приоритетных. Актуализируя знания реципиента, воздействуя на его воображение, ощущения, умело подобранные прецедентные феномены в речи политика служат мощным средством пиар-воздействия. Объясняется данное явление рядом причин. Во-первых, высказывания, содержащие элементы прецедентности, как правило, экспрессивны, эмоционально окрашены, что привлекает внимание адресата. Во-вторых, в процессе восприятия информации реципиент, обращаясь либо к собственному фонду фоновых знаний, либо к воображению, становится как бы соавтором сообщения, что в свою очередь усиливает воздействующий эффект. В-третьих, в большинстве случаев прецедентные феномены апеллируют не к рационально-логическому осмыслению, а к сфере подсознания индивидуума, что тоже значительно повышает их воздействующий потенциал.

Вслед за Д. Б. Гудковым, И. В. Захаренко, В. В. Красных и другими исследователями, будем считать, что основными единицами системы прецедентных феноменов являются прецедентное имя, прецедентное высказывание, прецедентный текст и прецедентная ситуация.

В работах Д. Б. Гудкова под прецедентным именем понимается индивидуальное имя, которое может быть связано либо с известным текстом, либо с известной ситуацией, либо выступать как имя-символ, обобщающее определенные качества [2, с. 108]. Нередко заимствование прецедентных имен политиками осуществляется из сферы-источника «кинематограф»: *«Але ніяких публічних конфліктів на цю тему ми не почуємо. Тому що над ними стоїть “хрещений батько”, який між ними встановлює “справедливий баланс”»* (о В. Ф. Януковиче и членах «Партии регионов») («Українська правда», 28.01.2011). Воздействующий эффект здесь обуславливается соотносительностью прецедентных имен с первичным денотатом. Прецедентное имя «хрещений батько» заимствовано из известной гангстерской драмы режиссера Фрэнсиса Форда Coppола «Крестный отец». В вышеупомянутом контексте проводится параллель между доном Вито («Крестный отец») и В. Ф. Януковичем. Апеллируя к коннотативному значению указанной номинации, эксплицируются ее дифференциальные признаки. Таким образом, В. Ф. Янукович представляется адресату как личность, возглавляющая бандитскую группировку (в данном случае дается характеристика также членам «Партии регионов»), как личность, действующая при достижении собственных целей преступно и противозаконно.

В масс-медийной политической коммуникации Д. А. Медведева функционируют заимствованные из сферы-источника «история» прецедентные имена преимущественно имперского и советского периодов: *«Элементы инновационной системы создавались, и небезуспешно, Петром Великим, и последними царями, и большевиками. Но цена этих успехов была слишком высока»* («Российская газета», № 4995 (171), 11.09.2009).

Прецедентные высказывания В. В. Красных определяет либо как репродуцируемый текст-источник, либо как собственно-языковую единицу (словосочетание, предложение, фраза). При этом для правильной трактовки значения прецедентного высказывания необходимо обращаться к тексту-первоисточнику [5, с. 100]. Придавая высказыванию образность, экспрессию и оценочность, прецедентные высказывания в речи политиков служат эффективным средством пиар-воздействия на потенциальных избирателей.

Не случайно в качестве прецедентных высказываний представители власти в процессе коммуникации прибегают к использованию фразеологии, одной из функций которой является прагматическая, то есть воздействующая. В масс-медийном политическом дискурсе Ю. В. Тимошенко встречаются такие фразеологизмы, как «золотий дощ», «не чистий на руку», «перевірити на зуб», «закрутити гайки», «не вартий легкої шкаралупи» и др.: *«Я розумію, деяким здавалося, що “золотий дощ” влади – це назавжди. Що усе буде тривати нескінченно і безкарно, але все вийшло не так»* («Українська правда», 10.09.2005). Фразеологизм «золотий дощ» восходит к античной культуре и означает

«неожиданно разбогатеть». Таким образом, посредством обвинения политиков в алчности, жадности и корыстолюбии реализуется стратегия дискредитации политических оппонентов, то есть один из вербальных способов воздействия.

Фразеологизмы как средство пиар-воздействия используются и в дискурсе Д. А. Медведева: *«Я действительно юрист, может быть даже в большей степени, чем это нужно, что называется – “юрист до мозга костей”»* («Российская газета», № 4623, 27.03.2008). Фразеологизмом «до мозга костей» Д. А. Медведев подчеркивает наивысшую степень своего профессионализма, что является эффективным средством самопиара.

К числу прецедентных высказываний, употребляемых современными политиками, следует также отнести цитирование высказываний известных личностей, слоганов и лозунгов. Ю. В. Тимошенко преимущественно прибегает к цитированию известных политиков и политтехнологов: *«Тоді Ющенко сказав: “Не чіпайте моїх хлопців”. І зробив тоді все для того, щоб укази про звільнення мене як прем’єр-міністра і Турчинова з посади глави СБУ були підписані»* («Українська правда», 25.01.2011). Таким образом Ю. В. Тимошенко стремится создать негативный образ самого автора цитаты.

Д. А. Медведев, помимо цитирования политиков, активно использует высказывания известных писателей, философов, мыслителей и других учених: *«Как писал А. С. Пушкин, “есть высшая смелость – смелость изобретения, создания, где план обширный объемлет творческой мыслью”»* («Российская газета», № 4995 (171), 11.09.2009). В данном случае автор высказывания позиционирует себя как высокообразованного человека.

Цитируются политическими деятелями также слоганы и лозунги, которые нередко для усиления экспрессии трансформируются: *«Як і мільйони українців, я стверджую, Янукович – не наш Президент»* («Урядовий кур’єр», № 35, 24.02.2010) (трансформирован лозунг *«Янукович – наш Президент»*). Цитация в масс-медийном политическом дискурсе прежде всего характеризуется прагматической функцией, поскольку, подкрепляя авторитет адресанта, способствует аргументированности его высказывания. Эксплуатируя авторитет классиков, опираясь на мнение народа, представители власти как будто причисляют себя к их кругу, тем самым усиливают неопоспоримость собственных суждений, что нередко служит эффективным средством пиар-воздействия на электорат.

Популярным у современных политиков является использование для реализации собственных интенций авторитета Библии. В результате исследований мы пришли к выводу, что данные тенденции в большей степени просматриваются в дискурсе Ю. В. Тимошенко: *«РУЕ стала притчею во язицех. У ряді країн проводяться корупційні розслідування стосовно діяльності цієї компанії»* («Дзеркало тижня», № 2, 24–30.01.2009). Причину высокого воздействующего потенциала и авторитета библеизмов мы видим в сложившейся исторической ситуации. Украинская нация испокон веков вынуждена была терпеть многочисленные бедствия и искать спасения в религии, как следствие была глубоковерующим народом, для которого Святое Писание было неопровержимым источником истины.

Сферой-источником прецедентных высказываний представителей власти является также авиационная наука, теория социальной стратификации, кинематограф, музыка, литература, а также другие сферы общественной жизни. Так, в дискурсе Ю. В. Тимошенко встречаются такие фразы, как «заслані козачки», «хто на новенького?», «центр керування польотами», «білі комірці» и др.: «... як Яценюк, я не граю в ігри а ля “я готовий віддати газотранспортну систему – хто на новенького?”» («Дзеркало тижня», № 2, 24.–30.01.2009). Фраза «хто на новенького?» заимствована автором высказывания из песни А. Миронова «Песенка о шпаге», в данном контексте придает речи сатирический оттенок, характеризуя деятельность А. Яценюка негативно.

Вышеобозначенные сферы-источники прецедентных высказываний эксплуатируются и в масс-медийной коммуникации Д. А. Медведева: «*Органы власти не должны быть владельцами “заводов, газет, пароходов”*» («Российская газета», № 5350 (271), 01.12.2010). Фраза «владелец заводов, газет, пароходов», заимствованная Президентом Российской Федерации из произведения Самуила Маршака «Мистер Твистер», в данном контексте придает ироничный характер высказыванию.

Для реализации собственных интенций политики прибегают к использованию в речи прецедентных текстов, под которыми принято понимать «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности, (поли)предикативную единицу; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу; прецедентный текст хорошо знаком любому среднему члену национально-культурного сообщества» [4, с. 64].

В масс-медийной коммуникации Ю. В. Тимошенко и Д. А. Медведев апеллируют к текстам законов, законопроектов, социальных и политических программ, статьям из современных СМИ, посланиям: «*Я пригадую статтю тих часів журналіста Валерія Панюшкіна з “Коммерсанту”. Він писав: я сиджу в готелі у Києві, а піді мною вирує людський Майдан. Мені дуже страшно... Але я знаю, що зараз я вдягнуся, вийду на Майдан і перестану боятися*» («Урядовий кур’єр», № 218, 24.11.2009). Описывая события времен Оранжевой революции, Ю. В. Тимошенко стремится передать боевое настроения народа, его бесстрашие в борьбе за свободу. В данном случае обращение к статье газеты «Коммерсант» журналиста В. Панюшкина значительно повышает аргументативность и достоверность высказывания, что служит эффективным средством пиар-воздействия на избирателей. Или: «*Закон об общих принципах организации органов госвласти субъектов Российской Федерации определяет: в собственности региональных властей может находиться имущество, необходимое им для осуществления своих полномочий*» («Российская газета», № 5350 (271), 01.12.2010). Говоря об основных принципах приватизации, Д. А. Медведев акцентирует внимание на том, что представители власти не имеют права злоупотреблять служебными полномочиями, распоряжаясь всеми возможными крупными компаниями, а для большей убедительности высказывания обращается к цитированию текста закона.

В некоторых случаях политики обращаются к прецедентным текстам, имеющим статус исторически значимых: «*Знаете, Александр III в своем духовном завещании*

*Николаю II писал: у России нет друзей, и так будет, нашей огромности все боятся...» («Ведомости», 05.07.2007).*

Реализации авторских интенций может способствовать обращение в речи к прецедентным ситуациям. Согласно терминологии В. В. Красных, прецедентная ситуация определяется как «“некая эталонная”, “идеальная” ситуация, связанная с набором определенных коннотаций, дифференциальные признаки которых входят в когнитивную базу» [5, с. 46]. В высказываниях политики апеллируют к событиям, которые являются опытом собственной нации: *«Я пишаюся курсантами школи МВС, які у своїй формі вийшли на Майдан і першими сказали, що міліція з народом...» («Урядовий кур'єр», № 218, 24.11.2009).* Описывая события времен Оранжевой революции, Ю. В. Тимошенко акцентирует внимание на том, что она гордится этим и всей душой поддерживает сторонников В. А. Ющенко; таким образом реализуется один из вышеупомянутых приемов речевого воздействия – создание семантического поля «свой круг».

Апелляция к прецедентным ситуациям может быть обусловлена стремлением повысить аргументативность высказывания: *«По мнению экспертов, главный путь преодоления демографического кризиса – это радикальное увеличение количества семей с тремя и более детьми. Не так давно я видел в Интернете любопытную информацию... Простая идея, но, на мой взгляд, весьма симпатичная, – рассказать, кто из наших знаменитостей, составляющих славу России граждан, был третьим ребенком в семье. Среди них Николай Некрасов, Антон Чехов, Юрий Гагарин, Анна Ахматова. Без этих великих людей, без их творчества и свершений мир был бы другим, человечество обеднело бы нравственно и культурно» («Российская газета», № 5350 (271), 01.12.2010).*

В масс-медийной политической коммуникации функционируют также прецедентные ситуации, которые представляют опыт других государств. Так, отвечая на вопросы журналистов по поводу уместности надписи на машинах «скорой помощи» «Програма для сільської медицини уряду Тимошенко» и конвертов, в которых раздавались земельные акты, с портретом Ю. В. Тимошенко, политик обращается к предвыборной деятельности Ангелы Меркель: *«До речі, моїй двоюрідній сестрі Тетяні Шараповій робили складну операцію у період виборів у Німеччині. Її, як і іншим мешканцям готелю, в день виборів передали шампанське від партії Ангели Меркель та закликали підняти бокал за свято свободи – вибори. Каже, що було дуже приємно» («Українська правда», 28.01.2011).* Кроме этого, фраза «було дуже приємно» является экспликацией положительной оценки автора и программированием на позитивное восприятие подобных событий. Воздействующий потенциал прецедентных ситуаций используется и Д. А. Медведевым. Так, в подтверждение своей точки зрения о необходимости крайне осторожно относиться к изменениям гражданского законодательства Д. А. Медведев подчеркнул: *«Кодекс Наполеона был принят 200 лет назад. И ничего, работает...» («Новая газета», № 39, 15.04.2009).* Таким образом, апелляция к прецедентным ситуациям позволяет на примере конкретных ситуаций подтвердить истинность собственных суждений.

**Выводы.** Итак, в процессе работы основное внимание нами было уделено аспекту пиар-воздействия прецедентных феноменов, которые делают сообщение более ярким, экспрессивным, легко запоминающимся. Наличие прецедентных феноменов в тексте также способствует повышению аргументативности, обоснованности и убедительности высказывания, что реализуется посредством как рационально-логического осмысления, так и посредством воздействия на уровень подсознания индивидуума.

### Список литературы

1. Ворожцова О. А. Лингвистическое исследование прецедентных феноменов в дискурсе российских и американских президентских выборов 2004 года: дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / О. А. Ворожцова. – Екатеринбург, 2007. – 215 с.
2. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д. Б. Гудков. – М.: Гнозис, 2003. – 375 с.
3. Караулов Ю. Н. О состоянии русского языка современности: [монография] / Ю. Н. Караулов. – М.: Наука, 1987. – 261 с.
4. Красных В. В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц в коммуникации / В. В. Красных, Д. Б. Гудков, И. В. Захаренко, Д. В. Багаева // Вестник МГУ. – Серия 9. Филология. – 1997. – № 3. – С. 62-75.
5. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и культурология: [курс лекций] / В. В. Красных. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.
6. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман / Ю. Кристева // Вестник МГУ. – Серия 9. Филология. – 1995. – № 1. – С. 97-124.
7. Чудинов А. П. Политическая лингвистика (общие проблемы, метафора): [монография] / А. П. Чудинов. – Екатеринбург, 2003. – 194 с.

Грабовенко І. С. **Прецедентні феномени як засіб піар-впливу у мас-медійному політичному дискурсі** // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2011. – Т. 24 (63). – № 4. Частина 2. – С.237-243.

У статті проаналізовано основні функції та особливості вживання прецедентних феноменів як засобу піар-впливу у мас-медійному політичному дискурсі.

**Ключові слова:** інтертекстуальність, прецедентний феномен, піар-вплив, мас-медіа, політичний дискурс.

Grabovenko I. **Precedent-related phenomena as instrument of the pr- influence in the mass media political discourse** // Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V. 24 (63). – № 4. Part 2. – P.237-243.

In the article the basic functions and characteristics of the usage of the precedent-related phenomena as instrument of the PR- influence in the mass media political discourse are analyzed.

**Key words:** intertextuality, precedent-related phenomenon, PR- influence, mass media political, discourse.

*Поступила в редакцію 14.09.2011 г.*