

URL: <https://360tv.ru/news/tekst/ksenija-smes-zmeis-hameleonom-hudozhnik-rasskazal-o-skulpture-pere-vernutoj-sobchak/> (data obrashhenija: 05.11.2017).

11. Muzalevskij D. Milonov prizval Sobchak «pro-zhenski» pokajat'sja pred rossijanami za «pro-amerikanske grehi» [Jelektronnyj resurs] // MK.RU. URL: <http://www.mk.ru/politics/2017/11/09/milonov-prizval-sobchak-pozhenski-pokayatsya-pered-rossiya-nami-za-proamerikanske-grekhi.html> (data obrashhenija: 09.11.2017).

12. Ozhegov S.I., Shvedova N.Ju. Tolkovyj slovar' russkogo jazyka. M.: Az#, 1992.

13. Proskurjakov M.R. Konceptual'naja struktura teksta. SPb.: Izd-vo S.-Peterb. un-ta, 2000.

14. Rostovskij M. Ksjushu Sobchak v prezidenty: zachem Putinu ee vydvizhenie [Jelektronnyj resurs] // MK.RU. URL: <http://www.mk.ru/politics/2017/10/12/ksyushu-sobchak-v-prezidenty-zachem-putinu-ee-vydvizhenie.html> (data obrashhenija: 12.10.2017).

15. Savchenko N. Ksenija Sobchak nazvala Buzovu «deshevkoj», a Timati – trusom [Jelektronnyj resurs] // Gazeta.A42.RU. URL: <http://gazeta.a42.ru/lenta/news/sobchak-nazvala-buzovoj-deshyovkoj-tima-ti-trusom> (data obrashhenija: 22.10.2017).

16. Sobchak K. «Ljubite svoj narod, a ne blok-chejny»: obrashhenie Ksenii Sobchak k Vladimiru Putinu [Jelektronnyj resurs] // Dozhd': telekanal. URL: [https://tvrain.ru/teleshov/bremja\\_novostej/sobchak-436915/?utm\\_term=436915](https://tvrain.ru/teleshov/bremja_novostej/sobchak-436915/?utm_term=436915) (data obrashhenija: 25.10.2017).

17. Who is Mrs. Sobchak? [Jelektronnyj resurs] // Gazeta.ru. URL: [https://www.gazeta.ru/comments/2017/10/18\\_e\\_10949150.shtml](https://www.gazeta.ru/comments/2017/10/18_e_10949150.shtml) (data obrashhenija: 19.10.2017).



### **Verbal labels in election discourse: Ksenia Sobchak**

*The article deals with the verbal labels (lexical (idiomatic) language units performing the pejorative function) on the example of the election discourse of the candidate in presidents of the Russian Federation Ksenia Anatolevna Sobchak. The language features of election discourse are in the focus of modern linguists in terms of their impact on voters, the use of labels reflects the political position and candidates' views on various issues.*

**Key words:** *verbal labels, election discourse, candidate, Ksenia Sobchak, media image, politics.*

(Статья поступила в редакцию 07.06.2018)

**В.Н. ЕРЕМКИНА**  
(Астрахань)

### **К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫХ ЕДИНИЦ В КАЧЕСТВЕ СРЕДСТВА ПРЕЗЕНТАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ**

*Интертекстуальные единицы рассматриваются с позиции презентации ими региональной специфики. Материалом исследования послужили тексты астраханского областного общественно-политического еженедельника «Факт и компромат». Обращение к этому материалу дало возможность прийти к определенным выводам в отношении некоторых положений региональной лингвистики (в частности, представление специфических языковых единиц в качестве средства репрезентации ценностей и установок группы людей, проживающих на одной территории).*



**Ключевые слова:** *интертекстуальные единицы, локализм, аллюзия, персонификация, перифраза, реалии, самоидентификация, топоним.*

Невозможно оспорить тот факт, что язык является маркером этничности, сопровождая другие немаловажные в этом плане вещи, поскольку именно язык оказывает человеку помощь в отождествлении себя с членами какой-то конкретной социальной (этнической) группы. Одновременно с этим язык дает возможность идентифицировать другого человека как чужого, принадлежащего к иной группе.

Сегодня многие исследователи говорят об активном развитии региональной лингвистики, которое связывают с изучением процессов глобализации и трансформации национальной идентичности, отражающейся в языке. Языковая глобализация и национально-языковая идентичность представляются в настоящее время в качестве противоборствующих тенденций в развитии лингвокультур (О.Н. Астафьева, Э. Гидденс, Н.Е. Покровский, В.М. Алпатов, В.И. Добренков, А.Н. Маслова, А.С. Панарин, А.И. Уткин, А.Ю. Шадже, С.Л. Удовин, М. Кастельс, С.Г. Тер-Минасова, З. Бауман, У. Бек, Т. Левитт, Дж. Маклин, И. Валлерстайн, Р. Робертсон). Одновременно с этим понятия глобального и локального не рассматриваются как взаимоисключающие: различные локальные культуры, испытывая действия

глобализации, приходят к более тесному взаимодействию.

Некоторые лингвисты именуют современный период веком поиска идентичности. Так, Л.Б. Шнейдер пишет о том, что человек становится «вполне человеком» только после того, как осознает свою идентичность [6, с. 14]. В работах современных ученых понятие национальной идентичности используется наряду с понятием региональной идентичности. Последняя, как считает А.В. Микляева, является частью социальной идентичности личности [3, с. 10]. Несмотря на сказанное выше, в лингвистике данный объект находится на начальной стадии изучения.

Как свидетельствуют данные социологических исследований, «люди намного чаще заявляют о своей принадлежности к “малой” родине, чем к “большой”» [2, с. 199]. При устном и письменном общении его участники в первую очередь следуют системе культурных координат и фоновых знаний, определенной спецификой своей «малой» родины.

Неотъемлемой частью фоновых знаний являются, например, интертекстуальные единицы (интертексты), которые отражают ценности и установки определенных человеческих групп. Территориальные различия, репрезентированные в языке, дают возможность предположить наличие особой картины мира – региональной, которая складывается в том числе и за счет употребления интертекстов.

В настоящем исследовании региональная картина мира, которая воссоздается региональными журналистами в своих текстах, рассматривается как локальная картина мира, ограниченная факторами единства территории авторов публицистических текстов и набором отражаемых объектов. Сама публицистическая картина мира являет собой единство с заложенным в ней суждением о мире, отражающим накопленный журналистом опыт и имеющиеся у него знания, в том числе те, которые затрагивают выражение его регионального сознания. Региональный язык рассматривается как система механизмов – как языковых, так и речевых, которые обеспечивают региональную идентичность авторов публицистических текстов.

Нельзя не упомянуть заметное расширение сферы региональных исследований, которое произошло за последние годы. В область изучаемых единиц начинают включать не только диалектизмы, городскую лексику, но и тексты, обладающие региональными чертами и воспринимающиеся жителями регио-

на в качестве части культуры края (например, публицистические тексты с включенными в них интертекстуальными единицами). Однако если названные единицы довольно широко исследованы, то их обращение в публицистическом пространстве в качестве средства выражения региональной самоидентификации изучено в меньшей степени. В связи с этим актуальным и значимым в теоретическом плане представляется рассмотрение интертекстуальных элементов, которые функционируют в региональных СМИ, с точки зрения отражения в них черт региональной самоидентификации авторов.

Если говорить об интертекстуальности как об обязательной категории, сущностном свойстве любого медиатекста, стоит отметить, что медиатекст – это «текст текстов», а интертекстуальные знаки в медиатексте могут иметь самые разнообразные формы и функции [5, с. 30]. При этом необходимо учитывать и тот факт, что современные медиатексты производятся «на поток», они одноразовы. Тексты не хранятся получателем информации, а у отправителя сохраняются лишь отдельные фрагменты, из чего следует тезис об однократности и невозпроизводимости текстов массовой информации.

При этом необратимостью характеризуется не только устная, но и печатная речь: потребитель, конечно, может повторить или даже несколько раз перечитать текст. Но на деле же адресат воспринимает только то, что он смог прочесть в первый раз, потом его внимание переключается на другой, более актуальный текст [1]. В свою очередь, использование интертекстуальных включений позволяет продлить жизнь медиатекста, поскольку он помогает последнему закрепиться в сознании адресата.

В процессе анализа языковых единиц, которые интересовали нас в рамках данного исследования, было выделено несколько способов введения в основной текст интертекстуальных единиц, обращение к которым в качестве средства выражения региональной самоидентификации осуществляется в региональных СМИ регулярно. Попытаемся дать описание выявленным способам.

1. Обращение к персоналиям: политикам и общественным деятелям (при этом астраханские авторы отдают предпочтение конкретным личностям, имена которых практически не сходят со страниц местных СМИ): *Сбылась мечта Шеина: он снова заседает в Госдуме России!* (Факт и компромат. 2018. 9 февр.). То, что на газетных страницах употребляются транс-

формированные, но в то же время легко узнаваемые высказывания, неслучайно: выражения кроме буквального смысла обладают и вторым планом. Последний способен сподвигнуть читателя на обращение к тем или иным воспоминаниям или ассоциациям. Таким образом, текст получает в каком-то смысле второе измерение и вливается в региональную культуру.

Астраханские публицисты не менее часто упоминают и бывшего гендиректора ОАО «Газпром добыча Астрахань»: *«Великий кормчий» астраханских газовиков в самое ближайшее время покидает занимаемую должность* (Факт и компромат. 2018. 23 марта). Нельзя не отметить изобретательность региональных журналистов, поскольку Сергей Михайленко получает от них все новые и новые прозвища: *варяг, Неуловимый Джо, газовый генерал*.

Приведенные выше примеры являются подтверждением общепризнанного в научной литературе мнения о негативной ориентации языка СМИ [4]. Негативная информация стала неотъемлемой частью современной культуры: именно такая информация быстрее, чем положительная, вызовет ответную реакцию адресата. Последним фактом не устают пользоваться мастера слова.

2. Использование интертекстуальных единиц в качестве перифраз для обозначения Астрахани и области: *Астраханскую область знают в стране как овощную и арбузную столицу (кстати, рыбной столицей нас уже никто не называет)* (Факт и компромат. 2018. 1 июня). В приведенном примере используется стилистическая фигура парантеза (построенная на основе перифраз), которая характеризуется внутренним противоречием. С одной стороны, она способствует разрушению барьера «автор – читатель», благоприятствует созданию ощущения взаимного доверия и понимания (автор также употребляет местоимение *нас*), создает иллюзорный переход к живой речи. С другой стороны, парантеза, как и любой стилистический прием, добавляет в текст своего рода элемент намеренности. Поэтому парантеза способствует ироническому изложению, о чем свидетельствует указанный пример.

*Ни одно ведомство не занимается уборкой жидкой грязи, которую густым слоем размазали по лицу Каспийской столицы!* (Факт и компромат. 2018. 11 мая). Риторическое восклицание, употребляемое в данном примере наряду с интертекстуальной единицей, – прием, который очень часто используется журналистами. Этот прием представляет собой поэтическое выражение эмоций и имеет графиче-

ское изображение (!). Стоит упомянуть, что в приведенном выше примере используется также персонификация. Сочетание указанного приема с интертекстом дает возможность взглянуть на город как на живой организм и согласиться с неприятными выводами автора.

3. Описание посредством интертекстуальных единиц событий, происходящих в области. Астраханские журналисты из номера в номер обсуждают насущные проблемы, которые знакомы каждому жителю города и области: кризис в экономике, растущие цены на бензин, аварийное состояние дорог, чиновничий произвол: *«Век живи, век удивляйся» – вот так можно описать явления, которые происходят на астраханских дорогах; А угловой дом, в котором когда-то располагался магазин «День и ночь», пришлось укутать в маскировочную сеть, с глаз долой, как говорится...* (Факт и компромат. 2018. 16 февр.).

Приведенные выше примеры указывают на тот факт, что медийный контекст в основной своей массе состоит из элементов массовой культуры, поскольку массмедиа имеет ориентацию на массового адресата. Подобная ориентация, без сомнения, накладывает отпечаток на «качество» аллюзий: они довольно незамысловаты, ведь для разгадки «аллюзийного ребуса» необходимо понять смысл аллюзии и соотнести ее с источником, а данная задача не должна быть чересчур сложной для массового читателя.

Несомненно, описанные с помощью интертекстуальных единиц проблемы не являются чисто астраханскими и обсуждаются в столичных СМИ и массмедиа других регионов. Однако астраханские авторы подходят к их описанию в самобытном стиле с целью вызвать резонанс у целевой аудитории, которой являются обычные астраханцы.

4. Употребление топонимов, используемых в большинстве случаев в прямом значении для указания на конкретные районы города, которые являются узнаваемыми для всех жителей города и области. *«...Базар – это наше всё», – таково утверждение автора статьи «Астраханцев учат анархии».* Поэтому и нет ничего удивительного в том, что названия астраханских рынков не сходят со страниц местных газет: *Благими намерениями в Астрахани устилается дорога в ад. И уничтоженный рынок Селенские Исады является лучшим примером этого смешного кошмара* (Факт и компромат. 2018. 20 апр.). Примечательно, что приведенный пример демонстрирует использование аппликации – приема,

представляющего собой вкрапление в создаваемый текст общеизвестного выражения (в данном случае – *Благими намерениями вымощена дорога в ад*). Аппликация позволяет автору достичь двух целей одновременно: создать иллюзию живого общения и продемонстрировать собственное остроумие.

Среди топонимов особняком стоят так называемые локализмы. Специалисты в области языка используют также такие наименования, как «этнографизмы» и «провинциализмы». Приведем примеры астраханских локализмов: *Зачем парк в «трёшнике», тем паче рядом стоит серая глыба долгостроя; Сама свалка расположилась аккурат на месте так называемой «глушилки» – радиотехнического комплекса, который играет роль прикрития «вражеских голосов», наподобие «Голоса Америки», «Радио Свобода»; Это бабайка – богом забытый уголок* (Факт и компромат. 2018. 25 мая).

Такие слова, как *бабайка, трешник, глушилка*, вряд ли будут правильно поняты неастраханцами. Однако житель нашего города, услышавший эти наименования, непременно соотнесет их с конкретным районом, поскольку именно ими он пользуется в своем каждодневном общении.

Подведем некоторые итоги. Во-первых, интертекстуальные единицы являются специфическим материалом, который лучше, чем какой-либо другой, подходит в качестве средства выражения региональной специфики; в свою очередь, раскрытие последней влияет на развитие региональной лингвистики. Во-вторых, посредством включения в основной журналистский текст интертекстуальных единиц может выражаться региональная специфика; при этом возможно существование различных способов подобного включения. В-третьих, журналисты, используя интертексты для отражения региональной действительности, добиваются сразу двух целей: 1) представляют ситуации и проблемы, которые интересуют их аудиторию, 2) вовлекают читателей в интеллектуальную игру.

#### Список литературы

1. Коньков В.И. Необратимость речи как особенность коммуникативного акта // *Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах: доклады Междунар. науч. конф. М.: Фак. журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2010. С. 120–125.*
2. Левада Ю.А. От мнений к пониманию. Социологические очерки 1993–2000. М.: Моск. шк. полит. исследований, 2000.

3. Микляева А.В., Румянцева П.В. Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования: моногр. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2008. С. 8–47.

4. Сиротинина О.Б., Ягубова М.А. Русский язык и средства массовой информации // *Речевое общение. Красноярск: КГУ, 2000. Вып. 3(11). С. 64–70.*

5. Современный медиатекст: учеб. пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. Омск, 2011.

6. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: моногр. М.: МОСУ, 2001.

\* \* \*

1. Kon'kov V.I. Neobratimost' rechi kak osobennost' kommunikativnogo akta // *Stilistika segodnja i zavtra: mediatekst v pragmaticheskom, ritoricheskom i lingvokul'turologicheskom aspektah: doklady Mezhdunar. nauch. konf. M.: Fak. zhurnalistiki MGU im. M.V. Lomonosova, 2010. S. 120–125.*

2. Levada Ju.A. Ot mnenij k ponimaniju. Sociologicheskie ocherki 1993–2000. M.: Mosk. shk. polit. issledovanij, 2000.

3. Mikljaeva A.V., Rumjanceva P.V. Social'naja identichnost' lichnosti: sodержание, struktura, meh-anizmy formirovanija: monogr. SPb.: Izd-vo RGPU im. A.I. Gercena, 2008. S. 8–47.

4. Sirotinina O.B., Jagubova M.A. Russkij jazyk i sredstva massovoj informacii // *Rechevoe obshhenie. Krasnojarsk: KGU, 2000. Vyp. 3(11). S. 64–70.*

5. Sovremennyj mediatekst: ucheb. posobie / отв. ред. N.A. Kuz'mina. Omsk, 2011.

6. Shnejder L.B. Professional'naja identichnost': monogr. M.: MOSU, 2001.

#### *Considering the issue of intertextual units as a means of presentation of the regional specificity*

*The article deals with the intertextual units from the point of their presentation of the regional specificity. The study is based on the texts of the Astrakhan regional socio-political weekly "Fact and Compromising". Referring to this material made it possible to come to certain conclusions with regard to some points of the regional linguistics (in particular, presentation of some specific language units as a means of representing the values and attitudes of a group of people living in the same territory).*

**Key words:** *intertextual units, localism, allusion, personification, periphrasis, reality, identity, toponym.*

(Статья поступила в редакцию 14.06.2018)