

нибудь дела или предприятия, приглашая на курсы, семинары, тренинги, посвященные комплексному обучению руководителей и специалистов.

«В. НОВОДВОРСКАЯ, лидер «Демсоюза»: «Я готова полоний ложками есть, если это кому-нибудь нужно» (<http://gazeta.aif.ru/>). Реализуемое значение: «глава, руководитель политической партии, общественно-политической организации» [Ожегов 1986: 278]. Рекламуемая бизнес-школа располагает арсеналом средств, чтобы улучшить эффективность руководства компании, а также создать дополнительную мотивацию персонала.

К этой же группе можно отнести случаи использования ссылок-топонимов, имеющих конкретную предметную соотнесенность. Ср.: «Кто-то добавил, что и шансы Сочи в борьбе с Зальцбургом за право провести Олимпиаду в 2014 году тоже заметно выросли бы» (АиФ, № 22, 30 мая 2007, <http://gazeta.aif.ru/>). Название города отсылает на сайт, продающий туры в Австрию и другие страны.

«И они отправились в Италию, на тренировочную базу в Формио. Здесь же накануне очередного дня рождения перед утренней тренировкой Елена ответила на вопросы «АиФ». Топоним активизирует материалы, рекламирующие туристические SIM-карты, которыми удобно пользоваться за рубежом.

3. Актуальное значение лексемы в тексте СМИ метафорично, в рекламном тексте эксплуатируется прямое значение.

«Благотворительный фонд «АиФ. Доброе сердце», номер счёта 40703810940170358401 в АКБ «Промсвязьбанк» (ЗАО) ...» (Тем, кто хочет помочь, <http://gazeta.aif.ru/>). На коммерческом сайте дается подробная информация о работе биохимических экспресс-анализаторов крови, которые рекомендуется применять для лечения больных с патологией сердечнососудистой системы.

4. Актуальное значение лексемы в тексте СМИ не совпадает со значением, реализуемым в рекламном тексте. Это случай семантической омонимии. Ср.: «Как это ни банально звучит, но всё указывает на то, что смерть Джона Кеннеди стала действительно результатом заговора, который был осуществлён, вероятнее всего, спецслужбами» (Мой папа грохнул Кеннеди, <http://gazeta.aif.ru/> online/). Реализуемое значение: «тайное соглашение о совместных действиях против кого-нибудь в политических и других целях» [Ожегов 1986: 174]. Контекстная реклама предлагает услуги ведьмы для женщин. В данном случае реализуется значение «магические слова, обладающие колдовской или целебной силой» [Ожегов 1986: 174], что создает эффект обманутого ожидания.

Подведем некоторые итоги. Несмотря на содержательное тождество информационных материалов в исследуемых печатных и элек-

тронных СМИ, последние приобретают новое качество текста, обусловленное существованием в компьютерном виде, нелинейной структурой презентации материалов, возможностью множественных интерпретаций, а также свойством интерактивности. Намеренная экспликация связей между уровнями гипертекста в электронных СМИ служит их принципиальным отличием от печатных изданий, где структура текста имплицитна.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Ворожбитова А. А. Теория текста: Антропоцентрическое направление: учеб. пособ. / А. А. Ворожбитова. – М., 2005. – 367 с.

Галичкина Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций) / Е. Н. Галичкина // Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2001. – 19 с.

Дедова О. В. Лингвистическая концепция гипертекста: основные понятия и терминологическая парадигма / О. В. Дедова // Вестник Московского университета. – Сер. 9. – № 4. – 2001. – С. 22–36.

Какорина Е. В. СМИ и интернет-коммуникация (области пересечения и проблемы взаимодействия) / Е. В. Какорина // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – М.: Флинта: Наука, 2005. – С. 67–98.

Литвин Ф. А. Многозначность слова в языке и речи / Ф. А. Литвин. – М.: КомКнига, 2005. – 120 с.

Смирнов Ф. О. Национально-культурные особенности электронной коммуникации на английском и русском языках / Ф. О. Смирнов // Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ярославль, 2004. – 21 с.

Хартунг Ю. Гипертекст как объект лингвистического анализа / Ю. Хартунг, Е. Брейдо // Вестник Московского университета. – Сер. 9. – Филология. – № 3. – 1996. – С. 61–77.

Bloome, David; King Dail, Alanna Rochelle. Toward (re)defining miscue analysis: Reading as a social and cultural process // Language Arts. – Vol. 74. – Issue 8. – Urbana, Dec. 1997. – P. 610–617.

Chandler, Daniel. Intertextuality // Semiotics for beginners // <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem09.html>.

Goddard, Angela. The Language of Advertising. – London & New York: Routledge, 1998.

#### СЛОВАРИ

Ожегов С. И. Словарь русского языка: ок. 57 000 слов / ред. чл.-корр. АН СССР Н. Ю. Шведовой. – М.: Рус. яз., 1986. – 797 с.

ТСРЯ: Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г. Н. Складневской. – М.: Эксмо, 2006. – 1136 с.

© Кушнерук С. Л., 2007

**Нахимова Е. А.**  
Екатеринбург, Россия  
**ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ИМЕНА,  
ВОСХОДЯЩИЕ К ТЕКСТАМ Н. В. ГОГОЛЯ,  
В СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ**

*Abstract*

*Here we discuss some metaphors that exist in Russian daily speech and are applied when we want to stress out some relevant features and traits of our contemporaries (political leaders for the most part). The metaphors presented in this article are based on N. Gogol's characters and their names (Chichikov, Nozdrev, Khlestakov, Manilov, etc.). Further detail concerns the way this precedent frame functions in modern Russian press.*

\*\*\*

В современной коммуникации текст часто оказывается «многослойным», то есть насыщенным элементами интертекстуальности: в нем обнаруживаются множество прецедентных феноменов, цитат и квазичитат, реминисценций и аллюзий, явной и скрытой полемики. Адекватное восприятие такого текста возможно только с учетом множества фоновых знаний из различных областей культуры, а следовательно, требует специального подхода, учитывающего современные методики интерпретации текста, включающего концептуальные метафоры, аллюзии, прецедентные феномены и иные проявления интертекстуальности [Бабенко, Васильев, Казарин 2000; Костомаров, Бурвикова 2006, Нахимова 2004, 2005; Сметанина 2002, Чудинов 2003 и др.]. В подобных случаях, столь характерных для постмодернистской парадигмы, интертекстуальность становится не единичным приемом, а ведущим композиционным принципом.

Важное место в арсенале средств интертекстуальности занимают прецедентные имена, то есть широко известные имена собственные, которые используются в тексте не только для обозначения конкретного человека (ситуации, города, организации и др.), но и в качестве своего рода культурного знака, символа определенных качеств, психотипов, событий, судеб. Прецедентные имена как единицы языка и речи выступают репрезентантами прецедентных концептов – ментально-вербальных единиц, которые используются в мышлении для представления, категоризации, концептуализации и оценки действительности при построении картины мира и ее фрагментов.

Внимание лингвистов к рассматриваемому явлению в полной мере соответствует его роли в современной массовой коммуникации. В самых различных лингвокультурных сообществах имена *Дон Жуан* и *Ловелас* уже много веков выступают как знак чрезмерного женолюбия, *Вольтер* – как символ свободомыслия, *Дон Кихот* – как символ бескорыстной борьбы за справедливость. Вместе с тем значительное место в российской массовой коммуникации играют национальные концепты (*Александр Невский*, *Иван Сусанин*, *Скалозуб*, *Обломов*, *Наташа Ростова*, *Павел Корчагин* и др.), которые отражают национальную действительность, национальный характер и национальную ментальность русского

народа. Прецедентные имена – это важная составляющая национальной картины мира, способствующая стереотипизации и оценке действительности в народном сознании, формированию и развитию национальной картины мира, приобщению к национальной культуре и национальным традициям в рамках глобальной цивилизации и с учетом общечеловеческих ценностей.

Специальные наблюдения показывают, что прецедентные феномены, восходящие к одной сфере-источнику, нередко образуют своеобразное поле прецедентных феноменов, в составе которого выделяется целая система прецедентных имен, событий, высказываний и текстов, образующих развернутую подсистему фреймов. Подобное поле во многом оказывается аналогичным ментальному полю, служащему источником для метафорической модели, однако между двумя указанными феноменами можно обнаружить и существенные различия.

Целенаправленный анализ прецедентных феноменов, функционирующих в современных текстах, с учетом источников прецедентности и возможных смысловых трансформаций может способствовать обнаружению специфических свойств современной интертекстуальности и выявлению тенденций в ее развитии.

В современной отечественной прессе значительное место занимают прецедентные концепты, восходящие к текстам Н. В. Гоголя. В частности, в «Национальном корпусе русского языка», представленном в Интернете (режим доступа: [ruscorpora.ru](http://ruscorpora.ru)), содержится более 120 документов (около 230 контекстов), включающих прецедентные имена указанной группы. Аналогичные материалы широко представлены и на сайтах ведущих российских газет («Известия», «Комсомольская правда», «Аргументы и факты», «Завтра», «Российская газета», «Независимая газета»). Именно эти источники и послужили основным предметом рассмотрения в настоящей публикации.

Особенно часто наши соотечественники обращаются к прецедентным концептам *Хлестаков*, *Ноздрев*, *Манилов*, *Собакевич*, *Коробочка*, *Чичиков*, *Акакий Акакиевич*. Вполне закономерно, что произведения выдающегося сатирика представляют собой мощный источник преимущественно отрицательных образов, они помогают журналистам бичевать пороки современного общества. Так, Павел Иванович Чичиков постоянно выступает как символ лживости, лести, лицемерия и мошенничества. Ср.: *Что же до избранного председателем Совета федерации члена Политбюро ЦК КПСС Егора Строева, то ему даже не пришлось менять имидж, ибо сочлены по верхней палате обращались к Строеву совершенно как Павел Иванович Чичиков к идеальному помещику Костанжогло, восхваляя его «муд-*

рость управлять трудным кормилом сельского хозяйства, мудрость извлекать доходы верные, приобрести имущество не мечтательное, а существенное, исполняя тем долг гражданина, заслужа уважение (Максим Соколов // Коммерсантъ-Daily, 1996). Тронная речь бессменного председателя [Союза кинематографистов] по интонации напоминала признания **Чичикова** о том, что много в жизни претерпел, а все потому что и сироте, и вдовце ни в чем не отказывал. Кроме того, **Павел Иванович** обладал чувствительным сердцем и, завидя нищего, обязательно давал ему грошик. Так Михалков рассказывал о какой-то нищей вдове актрисе и о не менее нищем знаменитом актере, которым он, конечно, помог. Похоже, что эти нищие и уволокли миллион (К. Кедров // Новое время, 2004).

Главный герой «Ревизора» в современных СМИ часто выступает как лжец, фантазер, склонный к безответственным советам и обещаниям. Ср.: Эксперты, не видевшие других гор, кроме Альп и Аппалачей (и те порой лишь на фотографиях), с легкостью **Хлестакова** и с его же безответственностью дают почти директивные рекомендации Москве по проведению кавказской политики (В. Третьяков // Российская газета, 2005). Похоже было, что **Хлестаков** никуда не уехал, а переквалифицировался в политика и баллотировался в депутаты Государственной Думы (Е. Коврова // Независимая газета, 2005). Какое впечатление произвел на вас Литвиненко?— Как не нашедший себя в жизни человек. И (пусть простят меня его родные и близкие) не очень умный. Взрывной, авантюрный, очень пакий на какие-то внешние эффекты. **Хлестаков этакий...** А в последнее время мне стало казаться, что у него вообще что-то с психикой случилось. Стал грезить близким переворотом в России, на полном серьезе утверждал, что станет новым директором ФСБ, а меня обещал взять замом. Бред в общем... (В. Жарко // Завтра, 2007).

Показательно, что сферой мишенью «гоголевских» по сфере-источнику прецедентных имен чаще всего оказываются политики: именно они особенно часто обозначаются как современные Чичиковы, Хлестаковы, Маниловы или Нозревы.

Прецедентные имена, восходящие к текстам Н. В. Гоголя, нередко выступают символом прецедентных ситуаций. Особенно часто в современной прессе встречаются аллюзии, связанные со следующими ситуациями: «Как поссорились Иван Иванович с Иваном Никифоровичем», «К нам едет ревизор», мошенничество с использованием «мертвых душ». Ср.:

А затем — пошло, поехало. Ломать — не строить. **О том, как поссорились Гарри Кимыч с Анатолием Евгеньевичем, мог бы написать рассказ новоявленный Гоголь.** А об

использовании последнего властными структурами написано немало книг, сняты фильмы. Но не будем спускать всех собак на 12-го чемпиона. Кастарова можно оценивать тоже по-разному (Виктор Кордовский. // Вестник США, 2003). Северо-Восточный округ первым испытал на себе плюсы и минусы новой системы. Теперь здесь школьников оказалось в 2,5 раза меньше, чем до проведения эксперимента. Интересно, сколько тысяч учащихся окажутся «**мертвыми душами**» после 1 мая, когда будут отменены старые неперсональные проездные? (Г. Шейкина // АиФ, 2001). Сегодня, когда «**к нам едет ревизор**», это еще вопрос, откуда он. Чаще всего им оказывается представитель так называемого «внутреннего» (ведомственного) финансового контроля – сотрудник соответствующего подразделения минфина или иного органа исполнительной власти (Н. Канатик // Российская газета 2004).

Значительный интерес представляет рассмотрение закономерностей использования прецедентных имен, относящихся к рассматриваемому фрейму, в конкретных текстах. На первом этапе исследования разграничим следующие случаи.

1. Упоминание о гоголевском персонаже оказывается в тексте единичным, не связанным с другими прецедентными феноменами.

2. Прецедентный концепт выступает в составе целого фрейма прецедентных феноменов, восходящих к текстам одного писателя.

3. Прецедентный концепт выступает в составе группы прецедентных феноменов, восходящих к произведениям различных авторов.

По количеству словоупотреблений заметно преобладает первый вариант использования указанного концепта. Например, Михаил Успенский обращаясь к Виктору Шендеровичу, пишет:

*И мне знакомо чувство отчаяния, когда кажешься себе слепой лошадей, ходящей по кругу, поднимая шахтерскую клеть. Да, кстати, чего это вы в Москве все разом перепугались этого и.о. Мечется, как **Хлестаков** по гостиничному номеру. Скорей, скорей, наперед высказать тирану и сатрапу все претензии свободолюбивой столичной души. Некоторые уже, должно, быть сушат сухари и приготовили чемоданчик со сменой белья. Но пока можно – обличать, обличать, обличать! Даже из твоего изящного «Итого» вдруг поперла такая ангажированность, как из трех **Доренок** вместе взятых (Михаил Успенский. Открытое письмо Виктору Шендеровичу; 2003).*

Образ представляется достаточно интересным, но он в данном тексте нет его развигия, названный фрейм не является для данного текста доминантным. В близком контексте встречается еще одно преце-

дентное имя (поперла такая ангажированность, как из трех Доренок), но оно относится уже не к литературной сфере. В качестве единичного выступает рассматриваемый концепт и в следующем фрагменте.

Он [Бурбулис] взял меня за руку и увлек в дальний, самый прокуренный голос: – Как вы думаете, нам стоит отделяться? – От кого? – спросил я дрожащим шепотом, потому что «Хлестаков» во мне уже начал вздрагивать. – От остального Союза. Хорошо ли России отделяться? (М. Захаров. Суперпрофессия 1998-2000).

Значительно меньше распространен (но более интересен) второй вариант использования рассматриваемого концепта, когда гоголевские герои выступают в составе целого фрейма прецедентных феноменов, играющего важное место в композиционной и эстетической организации текста. Ср.: *О мертвых душах* (в количестве, которое и не грезилось предприимчивому Павлу Ивановичу Чичикову) в подписных листах иных претендентов на кресло петербургского губернатора не упомянул всуе лишь ленивый. Между тем остались без должного внимания другие, не менее характерные мотивы нынешней избирательной кампании. Тридцать с лишним соискателей, жадно алкавших губернаторский пост на старте предвыборной гонки, отдаленно напоминали сорочинскую ярмарку. В политическом лицедействе наряду с ряжеными казаками и купчиками легко угадывались Хлестаковы и Ноздревы, Бобчинские и Добчинские. С позволения сказать предвыборные платформы иных кандидатов и вовсе смахивали на записки сумасшедшего. Для этой публики именно охаянная всеми процедура сбора подписей избирателей стала тем самым заколдованным местом, потоптавшись возле которого, бузотеры от политики вынуждены были досрочно отправиться восвояси (М. Кореневский. // Петербургский Час пик 2003).

Отметим, что в данном фрагменте представлены не только прецедентные имена (Чичиков, Хлестаков, Ноздрев, Бобчинский, Добчинский), но и названия прецедентных текстов («Мертвые души», «Сорочинская ярмарка», «Записки сумасшедшего»). Показательно, что рассматриваемый комплекс прецедентных имен впервые обнаруживается уже в самом названии статьи «Гоголевские мотивы губернаторских выборов».

Активно представлен рассматриваемый фрейм и в следующих фрагментах: *Вскоре появился второй, даже более яркий национальный тип нашего времени. И снова – увы! – вобрал в себе наши особенности, которые уже предстали как мутация: Собакевич, Хлестаков и Ноздрев – все в одном флаконе, вдыхайте, обоняйте! Вот такие*

*гоголевские персонажи-маски, оказавшись на вершинах власти, практически разрушили наши национальное самосознание* («Под небом Шиллера и Гете». Читатель-соавтор // Известия 2002). *Ну все, конечно же, помнят, как в 1999-2000-м народ разогревали опять же с двух концов – против Примакова – Лужкова и за Путина – «Единство». К выборам 2003-2004 гг. ничего этого нет. Нет врага, против которого проводят «пятиминутку ненависти» и издают газету «Не дай Бог», нет волшебного нового Ревизора (или хотя бы Хлестакова), который, свалившись неведомо откуда, «вдруг» сводит с ума и Марью Антоновну, и ее вроде бы неглупого папеньку, и всех прочих добчинско-бобчинских. Да ничего этого нет. И не предвидится* (Л. Радзиховский // Время Московских новостей 2003).

Третий тип использование прецедентности представляет следующий контекст, в котором восходящий к пьесе «Ревизор» прецедентный концепт оказывается в комплексе с концептами, связанными с различными произведениями отечественной и зарубежной классики. Ср.: *Теневик – особый тип. Отличие теневика от интеллигента важнее, чем отличие еврея от русского. Этническое решает в примитивных племенах, в развитых нациях решает тип. Хлестаков не обязательно русский, он может быть евреем, армянином, итальянцем. В России были свои Гамлеты (не только в Цигровском уезде), свои Дон-Кихоты* (Г. Померанц // Звезда, 2003.)

Показателен и фрагмент, в котором аллюзии на произведения Гоголя причудливым образом соединяются с отсылками к творениям скандально известного политика В. В. Жириновского: *На политической сцене он [Жириновский] презентовал себя диктатором, самодуром и сумасбродом, являя собой гремучую смесь Хлестакова с Ноздревым. Интеллигентов отправлял с последним вагоном на Север, солдат посылал подалее на Юг, мыть сапоги в Индийском океане* (Ю. Богомолов // Известия 2002).

Насыщенность текста прецедентными именами, высказываниями и ситуациями, восходящими к творчеству Н. В. Гоголя, позволяет провести неожиданные параллели между различными событиями и эпохами. Примером может служить следующий фрагмент, в котором подготовка к юбилею Санкт-Петербурга сопоставляется с ожиданием ревизора, а современные политики – гоголевскими с героями. Множество легко узнаваемых цитат и аллюзий усиливают параллелизм и эффективность воздействия. Ср.:

*По отношению к юбилейным торжествам в СМИ доминирует гоголевско-щедринский сарказм. И поводов для этого довольно: там не успели стену отремонтировать – так ее нарисовали; здесь оказался дом недостроен-*

ным – так его декорировали; тут куча мусора – так ее заслонили свежепокрашенным забором. И т.д. Впору писать и ставить нового «Ревизора». Питерский голова Владимир Яковлев, который выглядит перед телекамерами несколько испуганным и самонадеянным одновременно, сгодился бы на роль городничего. Есть в нынешнем Питере своя Анна Андреевна, что, по наблюдению Гоголя, кокетлива и при случае выказывает тщеславие, а также власть: это Валентина Матвиенко. За роль Марьи Антоновны, более молодой соперницы Анны Андреевны, могла бы взяться Ирина Хакамада. Прочая номенклатура – окружение городничего – легко составила бы из чиновников питерской мэрии. Хлестаков – это и есть господин Юбилей. Такой собирательный образ мнимого ревизора. Будучи безобидным, хвастливым фантомом, он всех приводит в трепет и лишает иных сановитых людей разума. Юмор нового «Ревизора» состоит в том, что его действие происходит не в каком-то тьмутараканском городе N, откуда сто лет скачи – никуда не доскачешь, а в С-Пб, за окном коего – Европа. Юмор еще в том, что нынешний Хлестаков не врет на предмет своего веселого времяпрепровождения, знакомств с хорошенькими актрисами, «дружеских ног» больших начальников и знаменитых писателей, похвастаться на главнокомандующего. И насчет арбуза в семьсот рублей – не врет. И тридцать тысяч одних впов – правда. А вист с французским и немецким посланниками – лишь малая часть ее. Тут уж речь о висте рангом повыше (теперь он саммитом зовется) – флаги около полусотни больших и малых государств спешат к Его Величеству Юбилею, чтобы перекинуться с ним в картишки (Ю. Богомолов // Известия, 2003).

Рассмотренные примеры (а также многие другие) показывают, что ментальное поле прецедентных имен со сферой-источником «Произведения Н. В. Гоголя» обладают широкими возможностями для развертывания в современных текстах. Среди наиболее активных в названном поле следует отметить прецедентные имена Хлестаков, Манилов, Собакевич, Ноздрев и Чичиков. Значительным интертекстуальным потенциалом обладают прецедентные названия «Мертвые души», «Ревизор», «Записки сумасшедшего», «Повесть о том как поссорились Иван Иванович с Иваном Никифорофичем».

Специальные подсчеты показывают, что прецедентные феномены, восходящие к творчеству Н. В. Гоголя, используются в современных СМИ заметно чаще, чем прецедентные феномены, связанные с произведениями А. С. Грибоедова, М. Ю. Лермонтова, Ф. И. Достоевского, Л. Н. Толстого или иных писателей «золотого века» русской классической литера-

туры. Несколько чаще в наших материалах встречались только аллюзии связанные с личностью и творчеством А. С. Пушкина.

Использование в современных СМИ прецедентных феноменов, восходящих к творчеству Н. В. Гоголя, позволяет выразить негативное отношение к некоторым участникам соответствующей ситуации, а также многие иные концептуальные смыслы. Вместе с тем аллюзии, связанные с произведениями классика отечественной литературы, легко воспринимаются читателями и нередко помогают автору ярко представить какие-то важные детали, образно охарактеризовать соответствующую ситуацию и ее активных участников.

Активное использование в текстах современных СМИ подобных прецедентных феноменов далеко не случайно. Специалисты по русской культуре уже отмечали ее «литературоцентризм», высокий авторитет писателей и постоянное обращение к художественным текстам в самых различных сферах коммуникации [Кондаков 2005]. Вместе с тем, как показывает специальное исследование, лучше всего наши соотечественники воспринимают прецедентные феномены, восходящие к текстам, изучаемым на уроках литературы [Боярских 2006, Кузьмина 2004]. Поэтому обращение к ресурсам произведений, которые представлены в школьной программе, позволяет надеяться, что соответствующие аллюзии будут правильно восприняты.

Заканчивая рассмотрение закономерностей реализации прецедентного фрейма «Произведения Н. В. Гоголя» в современной массовой коммуникации, можно сделать следующие выводы:

1. В текстах, ориентированных на массовую коммуникацию, часто можно обнаружить прецедентные феномены, играющие важную роль в смысловой и эстетической организации содержания. Для русской культуры особенно характерны прецедентные феномены, восходящие к художественным текстам, в том числе текстам Н. В. Гоголя

2. Восприятие прецедентного феномена становится более ярким, если он акцентируется в тексте при помощи тех или иных средств, способствующих привлечению внимания читателей к форме выражения соответствующих смыслов. Особую значимость для восприятия прецедентности приобретает использование соответствующего феномена в заголовке текста, в его начальной фразе и в концовке.

3. Доминантные прецедентные феномены представляют собой одно из важных средств обеспечения связности и цельности текста, они усиливают эстетическую значимость и прагматический потенциал текста. Удачное использование прецедентного феномена — мощное средство воздействия на адресата, способ преобразования картины мира в его сознании. Примене-

ние прецедентного феномена способно изменить отношение к обсуждаемой проблеме, создает эмоциональный фон, необходимый для принятия решений, и подсказывает решения за счет активизации аналоговых возможностей человеческого мышления.

4. Использование когнитивно-дискурсивного лингвокультурологического анализа существенно расширяет возможности традиционной лингвистики текста. Эффективный анализ текстообразующей роли прецедентных феноменов возможен только с учетом их интертекстуальных связей и дискурсивной организации текста. Такое исследование позволяет лучше понять развертываемые прецедентные феномены в их взаимосвязи не только внутри текста, но и в общем континууме современности.

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

Бабенко Л.Г., Васильев И.Е., Казарин Ю.В. Лингвистический анализ художественного текста. Екатеринбург, 2000.

Боярских О.С. Вербализация литературных прецедентных феноменов в СМИ // Современное открытое образовательное пространство: проблемы и перспективы: материалы международной научной конференции, Екатеринбург, 27 – 29 марта 2007 г. – Екатеринбург, 2007.

Боярских О.С. Особенности употребления некоторых прецедентных имен со сферой-источником «Литература» в современной российской прессе // Этнокультурное пространство региона и языковое сознание: материалы II межрегиональной научно-практической конференции. – Тюмень, 2006. – Ч. 2.

Бурвикова Н.Д., Костомаров В.Г. Жизнь в мимолетных мелочах. – СПб, 2006.

Гудков Д.Б., Красных В.В., Захаренко И.В., Багаева Д.В. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. – 1997. – № 4.

Кондаков И. В. Антропология русской словесности: литературоцентризм // Современные трансформации российской культуры / отв. ред. И. В. Кондаков. – М., 2005.

Кузьмина Н.А. Интертекстуальный тезаурус языковой личности и методы его изучения // Интерпретатор и текст. Проблемы ограничений в интерпретационной деятельности. Новосибирск, 2004.

Нахимова Е.А. Прецедентные имена как ментальное поле в политической коммуникации // Лингвистика. Бюллетень Уральского лингвистического общества. Том. 14. Урал.гос.пед. ун-т. Екатеринбург, 2004.

Нахимова Е.А. Прецедентные феномены с ментальным полем-источником «Театр» в современном политическом дискурсе // Известия Уральского государственного педагогического университета. Лингвистика. Выпуск 15. Екатеринбург, 2005

Национальный корпус русского языка. Интернет-ресурс. Режим доступа: [ruscorpora.ru](http://ruscorpora.ru).

Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). – СПб, 2002.

Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. – Екатеринбург, 2003.

© Нахимова Е. А., 2007

**Сергиенко Н. А.**

Сургут, Россия

### **ПРИЕМЫ АРГУМЕНТАЦИИ В ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ**

#### *Abstract*

*The article presents analysis of creating environmental effect in advertising texts: 1. using visual effects such as graphical images (nonverbal components); 2. Using words and terminology typical of environmental communication.*

\*\*\*

В условиях актуальности экологических проблем, особенно когда перед общественностью возникла тенденция демонстрировать сознательный подход при выборе товаров или услуг, имидж ценителей и защитников природы является достаточно выгодным для коммерческих компаний. С этой точки зрения коммерческие компании можно поделить на два класса: 1) предлагающие услуги, связанные с улучшением состояния окружающей среды, например, переработка мусора, строительство экологически чистых домов, разработка альтернативных источников энергии, т.е. так называемые «экологические услуги» («environmental services»); и 2) занимающиеся деятельностью, которая вызывает сопротивление со стороны экологов.

Деятельность коммерческих компаний по отношению к окружающему миру обозначается словосочетаниями «environmental performance» и «environmental track record». При этом достаточно часто употребляются словосочетания, содержащие отрицательную оценку как, например, «poor environmental track records» или более эмоционально окрашенные как «rotten records». Компании, которые воплощают в своей практике принципы бережного отношения к окружающему миру, получили название «green companies», а изменения в отношении компаний к развязыванию экологических проблем обозначаются глагольными словосочетаниями «to go green» и «to paint oneself green» по аналогии со словосочетаниями «to go red», «to paint smth red / yellow / black».

Каналом общения коммерческих компаний с общественностью выступают рекламные объявления, которые стали самым распространенным инструментом влияния на потребителей в условиях рыночной экономики. Смещение тематики в экологическую сферу, в связи с чем появилось выражение «to show off one's colours», обусловленное стремлением рекламодателей ориентироваться на социальные факторы с целью максимально эффективно