М. С. Голокова

Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ИМЕНА В МЕДИАТЕКСТАХ

Использованию имен собственных в статусе прецедентного феномена способствуют события в различных сферах жизни, подвергшиеся широкой огласке в средствах массовой информации – одной из главных платформ создания и функционирования прецедентного феномена.

В медиатекстах имена собственные приобретают статус прецедентного феномена во время информационных кампаний: освещение в СМИ крупномасштабных мероприятий, из ряда вон выходящих событий т.п. В этом случае использование прецедентного имени становится одним из инструментов стратегических коммуникаций. Иллюстрацией служат примеры из публикаций российских медиа, посвященных длящемуся событию, участниками которого являются футболисты Павел Мамаев и Александр Кокорин, и в частности – ситуации, сложившейся в октябре 2018 года.

Можно выделить несколько лингвистических приёмов, при которых сочетание фамилий *Кокорин* и *Мамаев* приобретает статус прецедентного феномена: употребление имен собственных в значении нарицательных; использование заимствованногопредлога *а-ля* в словосочетании, включающем в себя сочетание фамилий (*драки а-ля Кокорин и Мамаев*); употребление сочетания имен собственных в собирательном значении (*мы все – Кокорин и Мамаев*); трансформация фразеологических оборотов, при котором в структуру оборота вводятся в преобразованном виде имена собственные (*Мамаево кокорище* от *Мамаево побоище*).

Использование имен собственных в статусе прецедентного феномена является одной из речевых тактик в рамках стратегических коммуникаций. Анализ имен собственных в качестве прецедентного текста позволяет определять стратегии, реализуемые медиаресурсами в потоке информации. В зависимости от контекста, в котором используется прецедентный феномен, можно наблюдать, как одна стратегия сменяет другую, что способствует нужному воздействию на общественное сознание и достижению конкретных целей, стоящих перед массмедиа.