В. И. Коньков

Санкт-Петербургский государственный университет

ПРЕЦЕДЕНТНОЕ ИМЯ КАК ТЕКСТ

Если понимать под стратегической коммуникацию, которая а) направлена на глобальную цель, б) отделена от настоящего более или менее значительным промежутком времени, в) имеет концептуальную основу, г) предполагает планирование последовательности тактических действий, то необходимость использования в стратегической коммуникации прецедентного имени (ПИ) очевидна. Осмысление прошлого всегда направлено на интересы будущего. Между тем теоретические основы использование коммуникативного потенциала ПИ далеко не очевидны.

ПИ максимально использует свой функциональный потенциал именно в медиасреде. Для аудитории ПИ представлено в СМИ в виде не просто лексической единицы, а в виде открытого множества высказываний, каждое из которых содержит ПИ. ПИ является тем ключевым словом, которое и объединяет все высказывания в одно коммуникативно-речевое целое. Возьмём в качестве ПИ имя собственное *Эйнштейн*. Тогда для аудитории смысл ПИ начинает формироваться по мере увеличения количества высказываний с этим словом, взятых их публикаций различной тематики разных авторов: *Как говорил Альберт Эйнштейн, если тебе твоя мысль не кажется сумасшедшей, то она, скорее всего, неправильна*; *Эйнштейн говорил, что слова и цифры не имеют ни малейшего отношения к его мыслительному процессу, потому что он видит зрительные образы*; *Ведь и Эйнштейн, и Ньютон, и Галилей были людьми верующими*; *Тот же Эйнштейн объяснял свою теорию относительности несведущим примерно так: минута с красивой женщиной – это очень мало, а минута на раскаленной сковороде – очень много*; *Эйнштейн сказал: «Образование- это то, что останется с человеком, когда он забудет все, чему его учили»*.

Именно благодаря множеству подобных высказываний ключное слово этого множества *Эйнштейн* получает тот набор смыслов, который помогает ему приобрести статус ПИ. Данное открытое множество высказываний с ключевым словом *Эйнштейн* мы можем рассматривать как коммуникативно-речевое образование, соотносимое с традиционными типами текстов, но существенно отличное от них по своим коммуникативным и лексико-грамматическим характеристикам. Только трактовка ПИ как текста (текстоида) позволяет понять его взаимодействие с другими знаковыми системами в рамках стратегической коммуникации.