

---

## ПЕРСОНЫ NON GRATA В ТЕЛЕРАДИОДИСКУРСЕ (на материале названий теле- и радиопрограмм)

М.А. Лапухина

Кафедра общего языкознания и речеведения  
Астраханский государственный университет  
ул. Татищева, 20 «а», Астрахань, Россия, 414056

В статье рассматриваются фраземы, репрезентирующие концепт «личность» и использующиеся в качестве названий теле- и радиопрограмм, а также особенности их дискурсивной реализации и структурно-семантической трансформации.

**Ключевые слова:** массово-информационный дискурс, дискурсивная деятельность, коммуникативная стратегия, фразема, трансформация значения.

Массовая коммуникация является, несомненно, одним из тех явлений современного общества, которое сказывается на развитии общественных отношений не только внутри страны, но и между странами. Массовая коммуникация вплетена в ткань современного общества, охватывает международные, межгрупповые и межличностные отношения. Ценностно-коммуникативная сущность смыслового пространства СМИ обнаруживается и формируется в дискурсе, понимаемом как «сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата)» [5. С. 8]. Естественно, что дискурс как совокупность устойчивых коммуникативных событий является не только средой порождения языковых единиц косвенно-производной семантики, но и новых дискурсивных смыслов, оттенков значения данных единиц.

Глобальная информатизация современного общества обусловила серьезное изучение массово-информационного дискурса, который реализует очень важную для развития современного общества функцию — систематическое распространение информации. По мнению В.И. Карасика, возможно противопоставление базового и проективного дискурса, если рассматривать дискурс как «образование, построенное по определенным канонам в соответствии с целями и задачами для его типизации» [4. С. 293]. Исходя из основной функции массово-информационного дискурса, можно определить дискурс радио и телевидения как разновидность проективного дискурса, характеризующегося ситуативностью, информативностью, коммуникативными действиями и построением определенной коммуникативной стратегии.

Под коммуникативной стратегией нами понимается набор речевых действий и языковых средств, реализующих цели общения. «Каждое высказывание, как и их последовательность, выполняет множество функций и преследует множество целей, в связи с чем говорящим выбираются языковые средства, которые оптимально соответствуют имеющимся целям» [6. С. 193].

Основным параметром, отличающим коммуникативную стратегию массовой коммуникации от групповой, является количественный фактор — количество

потенциальных участников коммуникации. Вследствие неоспоримого количественного превосходства (увеличения отдельных коммуникативных актов, каналов, участников) создается новая качественная дискурсивная среда, появляются новые возможности, создается потребность в особых дискурсивных средствах. Одной из особенностей коммуникативной стратегии телерадиодискурса, на наш взгляд, является частотное использование языковых единиц косвенно-производной семантики — дискурсивных фразем.

Как известно, понятие дискурса тесно связано с понятием концепта. Будучи ключевым понятием в различных областях лингвистики, концепт и его определение являются объектом дискуссий различных исследователей. Универсального определения данного понятия до сих пор не существует. Впервые в отечественной лингвистике термин «концепт» в значении, отличном от термина «понятие», использует С.А. Аскольдов, определяя концепт как «мысленное образование, которое замещает нам в процессе мысли неопределенное множество предметов одного и того же рода» [1. С. 267].

В настоящее время существует несколько десятков различных определений концепта, а также исследования, посвященные анализу имеющихся дефиниций (Н.Д. Арутюнова, А.П. Бабушкин, Н.Н. Болдырев, С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин, В.В. Колесова, В.Н. Телия и др.). По мнению Ю.С. Степанова, вся культура понимается как совокупность концептов и отношений между ними. Концепт трактуется лингвистом как основная ячейка культуры в ментальном мире человека, «посредством чего человек — рядовой, обычный человек, не «творец культурных ценностей» — сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее» [7. С. 57].

Дискурс обычно концентрируется вокруг некоторого опорного концепта, создает общий контекст. Например, для массово-информационного дискурса таким концептом является концепт «личность». Репрезентация данного концепта в рамках телерадиодискурса реализует цель современного радио и телевидения: оказывает определенное влияние на зрительскую аудиторию. Поэтому неудивительно, что концептосфера современного медиапространства характеризуется также такими концептами, как «правда (истина)», «сенсация», «знание» и прочие. Проанализировав концептуальный состав рассматриваемого дискурса, можно сделать выводы о концептуальных ценностях современного общества.

Концепт «личность» восходит к единой этнической группе, связанной индоевропейским корнем \*leudh — «расти, произрастать», производными от которого являются также и др.-рус. *людь* (народ), германское *leodes* (народ, люди), лит. *liaudis* (народ), лат. *liber* (свободный человек), греч. \*(e)leudheros (свободный человек). Таким образом, обозначения понятия «свободный человек» достаточно едины и могут быть сведены к нескольким лексемам, подчиняющимся единому семантическому принципу: обозначения «своего народа», «своих», как людей растущих вместе. Ю.С. Степанов отмечает, что компонент «свободный человек» присутствует в понятии «личность» с самого начала — и это лишь древний слой данного понятия.

Дальнейшее развитие концепта «личность» напрямую связано с понятием государства и гражданственности. Ядро рассматриваемого концепта включает в себя следующие понятия: 1) свободный человек; 2) обладающий максимумом юридических прав и свобод; 3) представитель активного слоя населения.

В русской фразеологии количество фразем, репрезентирующих концепт «личность», сравнительно небольшое, что связано прежде всего со специфическим, далеко не центральным местом понятия свободы в языковой ментальности русского человека. Фраземы, представляющие состоятельного человека, чаще имеют неодобрительную эмотивную окраску: *как сыр в масле кататься, куры денег не клюют, из грязи в князи* и др. Но смысловые структуры русской фразеологической системы расширяются и обогащаются в том числе и за счет включения в данную систему заимствованных фразем. Так, широкую популярность в русском языке получила фразема *персона non grata (persona non grata)* — ‘нежелательная персона, нежелательное лицо’, а также семантический вариант данной фраземы *персона grata (persona grata)* — ‘персона, пользующаяся доверием’. Данные фраземы заимствованы из латинского языка, генетическим дискурсом для них выступает дипломатический дискурс: Венская конвенция о дипломатических сношениях 1961 г. в ст. 9 указывает, что принимающее государство может «в любое время и без необходимости объяснения причины» объявить любого члена дипломатического корпуса «персоной non grata» даже до того, как этот человек прибыл в страну. Обычно лицо, объявленное «персоной non grata», должно покинуть страну, в противном случае государство «может отказаться признавать это лицо членом дипломатической миссии».

Фразема *персона grata* используется как стержневой элемент в названиях таких программ, как «Персона грата» («Радио России») и «About Persona Grata» (Первое израильское радио). Название выполняет очень важную функцию, оно как бы создает образ программы, а задача ведущего в своей дискурсивной речевой деятельности — этот образ раскрыть. При этом трансформационные особенности названия должны органично дополнять содержательную сторону рассматриваемых радиопередач.

«**Персона грата**» является одной из самых популярных программ «Радио России». Значение фраземы *персона grata* — ‘важное лицо, занятный человек, интересный собеседник, желанный гость’ — полностью раскрывает содержание программы, более десяти лет выходящей в эфир. Целью программы «Персона грата» не является пиар: гости программы — люди по-настоящему интересные, настоящие личности, которые многого добились в жизни, оригинально мыслят, увлекательно рассказывают. «Персона грата» — передача популярная, что связано прежде всего с личностями участников передачи. Например, одним из гостей программы (февраль 2013 г.) был член Совета Федерации, заместитель председателя верхней палаты по науке, образованию, культуре и информационной политике, доктор философских наук Юрий Никифорович Солонин.

В программе дается досье: Родился 5 июня 1941 года в Тбилиси. Окончил философский факультет и аспирантуру Ленинградского государственного университета. Преподавал на кафедре логики. Был заведующим кафедрой зарубежной журнали-

стики и деканом факультета журналистики ЛГУ. В 1989 году был избран деканом философского факультета. Заведовал кафедрой теории культуры, этики и эстетики. Долгие годы возглавлял Санкт-Петербургское философское общество. Вице-президент Российского философского общества. С 2005 года представляет в Совете Федерации исполнительный орган власти Хабаровского края. Первый заместитель председателя Комитета по науке, образованию, культуре и информационной политике. Доктор философских наук. Профессор. Автор более 250 научных трудов, в том числе ряда монографий. В круг научных интересов входит философия культуры и культурология, социокультурные контексты развития науки, идеология в современном мире, духовное творчество. Заслуженный деятель науки России.

Краткое досье гостя программы говорит о его высокой профессиональной компетенции и достойных личностных качествах человека, который самостоятельно построил свою карьеру, добился признания и уважения в обществе и научной среде. Именно с такой, внушающей доверие персоной грата ведущий программы обсуждает проблему, волнующую сегодня не только работников образовательной сферы, но и всех российских граждан — Закон об образовании, который принят, одобрен, подписан и 1 сентября 2013 г. вступил в силу. Для авторов программы важны не субъективные оценки гостя, а его объективное видение проблемы, его комментарии и разъяснения, о чем свидетельствуют и комментарии, оставляемые авторами программы как на форуме «Радио России», так и на других сайтах:

Президент Фонда «Здравомыслие» Артем Сафрончук был гостем программы «Персона грата» В. Ушканова на «Радио России». Обсуждалась деятельность Фонда «Здравомыслие», вопрос взаимодействия государства и религий. Затронуты темы законности действий и целеполагания христианских и исламских религиозных объединений» (<http://www.zdravomyslie.ru/news/efir-programmi-persona-grata-na-radio-rossii>).

3 сентября Председатель партии «Справедливая Россия» Николай Левичев принял участие в авторской программе Виталия Ушканова «Персона грата». Передача была посвящена обсуждению предстоящих выборов в Государственную думу, возможной коалиции «Справедливой России» с КПРФ, реформе политической системы и т.д.» (<http://www.er-duma.ru>).

В качестве приглашенных персон грата выступают не только видные политические деятели — студию посещают также деятели науки и культуры, известные писатели, художники, музыканты, предприниматели и меценаты.

Важно отметить, что содержание программы полностью отвечает значению фраземы — номинации программы. Содержанию программы отвечает и дискурсивная деятельность радиоведущего, отличающаяся высокой степенью образованности, речевой культуры и эрудиции. Поэтому даже незнакомый с исходной фраземой слушатель получает полноценное знание о ее содержании, обогащая тем самым свой лингвокультурный уровень.

«*About Persona Grata*». Эта программа начала выходить в эфир сравнительно недавно. И хотя по жанру она не отличается от рассмотренной выше (жанр беседы), названия данных программ значительно отличаются. Обратимся к механизму трансформации фраземы «персона грата» в названии радиопередачи «*About Persona Grata*» (Первое израильское радио).

Программа, выходящая в эфир на русском языке и рассчитанная на русскоговорящее население, имеет название на английском языке, кроме того, в структуру фраземы введен предлог about (с англ. — о, предлог). В буквальном переводе название данной программы звучит как «О персоне грата». В данном случае считаем необходимым обратиться к происхождению данной фраземы. Во-первых, данное выражение восходит к дипломатическому термину, во-вторых, лексемы, входящие в его состав, — латинского происхождения. Сегодня языком дипломатического общения в мире является, как известно, английский язык. Таким образом, можно предположить, что авторы программы намеренно используют английскую номинацию с целью усиления связи названия программы с генетическим дискурсом фраземы, легшей в его основу.

Что касается предлога about, то в данном случае мы имеем дело со структурной деформацией. Можно предположить, что предлог ввели в данной контекст с целью уточнения. Но если в программе «Персона грата» ведущий обсуждает актуальные вопросы современного общества с компетентной персоной (персоной грата), то в программе «About Persona Grata» речь идет не о событиях, а о личностях. Через беседу с гостем, его комментарии той или иной подборки новостей, предлагаемых авторским коллективом программы, ведущий пытается «вывести гостя на чистую воду».

Показателем, раскрывающим суть программы, являются комментарии слушателей, оставляемые на сайте радиоканала:

Слышал сегодня передачу с Марком Кричевским и Аллой Шаинской. Хотя я и болел за ведущего, старающегося задавать острые вопросы и вывести Аллу на чистую воду, но вынужден признать, госпожа Шаинская была выше и интеллигентнее Марка (<http://www.891fm.co.il/?page=503>).

Хочется отметить также, что более употребительной является трехкомпонентная фразема «персона non grata» — ‘человек, не пользующийся доверием у кого-либо’. Возможно, именно этот структурный фактор и фонетическое созвучие элементов non и about повлияли на введение третьего компонента в название израильской передачи. Следовательно, изменение в структуре фраземы (названия программы) отражает изменение содержательного плана самой программы. Наш исследовательский материал позволяет нам говорить о двусторонней зависимости общественной коммуникативной практики и языковой системы, в частности фразеологической. Концептуализация мира находит отражение в языке и может привести к его модификации, трансформации отдельных знаков косвенно-производной номинации. Фразема, являясь элементом языковой системы, «представляет собой структурно-семантический образец, определенную инвариантную модель, с которым соотносится тот или иной знак косвенно-производной номинации. Фразеологическая единица, претерпевающая формально-содержательные видоизменения, наполняется индивидуализированным смысловым содержанием в том или ином речевом окружении» [3. С. 5].

На примере концепта «известность» можно проследить единый тематический сплав репрезентации двух концептов. Так, в названии программы «Блондинка

в шоколаде» актуализируется не просто концепт «личность», а конкретное лицо, звезда шоу-бизнеса — Ксения Собчак. Программа «Званный ужин» представляет из себя ряд встреч с известными людьми, но не звездами, здесь мы также наблюдаем сплав концептов «известность» и «личность» (интересная/известная). В программах «Звезды на ладони», «Незвездное детство», «Две звезды» на первый план выступает концепт «известность» (известная личность).

Таким образом, рассмотренные концепты «личность» и «известность», репрезентируемые названиями программ, актуализируют основные функции современного телерадиовещания. Названия же теле- и радиопрограмм, представленные фраземами, участвуют в формировании дискурсивного пространства СМИ. Как видим, ценностные ориентации общества, пропагандируемые современным радио и телевидением, актуализируются в языковых концептах, репрезентация которых происходит посредством названий теле- и радиопрограмм. Фраземы как названия теле- и радиопередач — это некий манифест, краткий обзор ценностно-целевых установок и идей авторов программы посредством фразеологической семантики, способной «выступать основным средством представления ценностно-смысловых отношений как основы русской лингвокультуры — универсальной системы ценностей с точки зрения межнациональной логики познания и уникальной с точки зрения дискурсивного пространства русского этноса» [2. С. 11].

Социумное воздействие и реализация коммуникативной стратегии данного вида дискурса оказывает несомненное влияние на формирование культурно-языкового сообщества теле-радиоаудитории, являющегося по своей сути определенным речемыслительным пространством того или иного этнокультурного сообщества.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Аскольдов С.А.* Концепт и слово // *Русская словесность: Антология* / Под ред. В.П. Нерознака. — М.: Academia, 1997. [*Askoldov S.A.* Koncept i slovo // *Russkaya slovesnost: Antologiya* / Pod red. V.P. Neroznaka. — М.: Asademia, 1997.]
- [2] *Золотых Л.Г.* Когнитивно-дискурсивные основы фразеологической семантики: Монография. — Астрахань: Астраханский университет, 2007. [*Zolotykh L.G.* Kognitivno-diskursivnye osnovy frazeologicheskoy semantiki: Monografiya. — Astraxan: Astraxanskij universitet, 2007.]
- [3] *Золотых Л.Г.* Когнитивно-прагматический потенциал фразеологической семантики в художественном дискурсе // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Русский и иностранные языки и методика их преподавания»*. — 2008. — № 1. [*Zolotykh L.G.* Kognitivno-pragmaticeskij potencial frazeologicheskoy semantiki v xudozhestvennom diskurse // *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya «Russkij i inostrannye yazyki i metodika ix prepodavaniya»*. — 2008. — № 1.]
- [4] *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — Волгоград: Перемена, 2002. [*Karasik V.I.* Yazykovoj krug: lichnost, koncepty, diskurs. — Volgograd: Peremena, 2002.]
- [5] *Караулов Ю.Н., Петров В.В.* От грамматики текста к когнитивной теории дискурса // Дейк Т.А. ванн. Язык. Познание. Коммуникация. — М., 1989. [*Karaulov Yu.N., Petrov V.V.* Ot grammatiki teksta k kognitivnoj teorii diskursa // *Dejk T.A. vann. Yazyk. Poznanie. Kommunikaciya*. — М., 1989.]

- [6] *Макаров М.Л.* Основы теории дискурса. — М.: Гнозис, 2003. [*Makarov M.L.* Osnovy teorii diskursa. — М.: Gnozis, 2003.]
- [7] *Степанов Ю.С.* Константы: Словарь русской культуры. — М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. [*Stepanov Yu.S.* Konstanty: Slovar russkoj kultury. — М.: Shkola «Yazyki russkoj kultury», 1997.]

**PERSONA NON GRATA  
IN TELEVISION- AND RADIO DISCOURSE  
(exemplified in names of TV and radio programs)**

**M.A. Lapukhina**

The Chair of General Linguistics and Speech Studies  
Astrakhan State University  
20 «a», *Tatishhev str., Astrakhan, Russia, 414056*

Phrasemes representing “the personality” concept used as the names of TV- and radio programs and features of their discourse realization and transformation are considered in the article.

**Key words:** mass-media discourse, discursive activity, communicative strategy, transformation of meaning.