

де микроблога может быть воспринято некоторыми людьми как признак большей открытости и доступности, что также положительно сказывается на образе политического деятеля.

Итак, мы рассмотрели способы реализации признака театральности в политическом Twitter-микроблоге и установили, что его проявление может быть как вербальным (фатические сообщения, положительно окрашенные сообщения о собственной деятельности), так и невербальным (сам факт использования микроблога). Таким образом, можно констатировать, что жанр Twitter-микроблога, несмотря на свою новизну, активно используется политическими деятелями в качестве дополнительно PR-инструмента для формирования и закрепления определенного желаемого имиджа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Седов К. Ф. Человек в жанровом пространстве повседневной коммуникации // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. М.: Лабиринт, 2007.
2. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2000.
3. Grosseck G., Holotescu C. Can we use Twitter for educational activities? 2008 // <http://www.scribd.com/doc/2286799/Can-we-use-Twitter-for-educational-activities>.
4. Wiesenhofer H., Ebner M., Kamrat I. Is Twitter an Individual Mass Communication Medium? 2010 // <http://www.scribd.com/doc/29219338/Is-Twitter-an-Individual-Mass-Communication-Medium>.

ИСТОЧНИКИ

Микроблог Бобби Джиндала // <http://twitter.com/#!/bobbyjindal>.
Микроблог Кристин Грегуар // <http://twitter.com/#!/govgregoire>.
Микроблог Рика Пери // <http://twitter.com/#!/GovernorPerry>.
Микроблог Скотта Уокера // <http://twitter.com/#!/govwalker>.
Микроблог Стива Бешеара // <http://twitter.com/#!/govstevebeshear>.

О. Ю. ПЛЕХАНОВА

УПОТРЕБЛЕНИЕ «Я-ПРЕДЛОЖЕНИЙ» В РАЙОННОЙ ПРЕССЕ

(на материале газеты Тюменского района «Красное знамя»)

АННОТАЦИЯ: В статье рассматриваются случаи употребления «я-предложений», представленные в газете Тюменского района «Красное Знамя».

SUMMARY: This article addresses the examples of using «I-sentences», evidence from a Tyumen regional newspaper «Krasnoe Znamya».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: «я-предложения», районная газета, жанры районной газеты.

KEY WORDS: «I-sentence», regional newspaper, regional newspaper genres.

Районная газета — самый доступный и популярный тип издания, адресованный жителям российской провинции. Региональный газетный текст — «добрая пресса, добрая газета, в которой на первом месте — человек с его ча-

стными проблемами <...>. Районная газета пропагандирует интерес к „обычному“ человеку» [Трофимова, 2010: 77, 78]. И в ней он часто «обретает» право голоса, пишет в редакцию, становится внештатным корреспондентом, заявляет о своем «я».

Мы рассмотрели случаи употребления «я-предложений» в газете Тюменского района «Красное Знамя» (КЗ) (сплошная выборка предложений из 30 номеров за январь-октябрь 2012 г.).

Газета Тюменского района «Красное Знамя» выходит с 1953 г. два раза в неделю (вторник и пятница). Издание рассчитано на местного читателя всех возрастов — от детей до пенсионеров. В анализируемом издании представлены рубрики, связанные с разными аспектами деревенской жизни, «Агропромышленный комплекс в лицах», «В администрации района», «Ветеран "Столичного,"», «В районной думе», «Долгожители», «Дошкольное образование», «Из почты», «Сад. Подворье. Дача», «Спортивный калейдоскоп», «Твоя семья, твой дом», «Урожай — 2012» и др.

Под «я — предложениями» мы понимаем полные и неполные двусоставные предложения (с местоимением «я» в именительном и косвенных падежах) и определено-личные предложения, грамматические признаки которых указывают на субъект речи.

В односоставных предложениях русского языка предмет речи (мысли) отдельно не вербализован, поэтому деятеля можно представить с разной степенью определенности: как лицо определенное, неопределенное и обобщенное, которое в предложении выражается личной формой глагола [Гофман, 2006: 70]. Большое внимание определено-личным предложениям уделял А. А. Шахматов. «Главным членом таких предложений является спрягаемая глагольная форма вызывающая представление о подлежащем, оставшемся не выраженным особым словом. Таким подлежащим является представление о лице, вследствие чего подобные предложения могут быть дополнены личными местоимениями» [Шахматов, 1941: 64]. По мнению академика В. В. Виноградова, к определено-личным относятся предложения, в которых выражается действие (признак), соотнесенное с определенным деятелем (носителем признака), который словесно не обозначен. Указание на конкретного деятеля содержится в формах глаголов первого и второго лица.

В истории русского языка вопрос о грамматической природе определено-личных предложений решается по-разному. Например, А. М. Пешковский считал их неполными двусоставными предложениями с опущенным подлежащим, которое выделяется из контекста или ситуации. В. А. Белошапкова относит определено-личные предложения к односоставным на основании того, что «подлежащее в них информативно избыточно, оно ничего не прибавляет к значению предложения и значимо только в экспрессивно-стилистическом аспекте» [Белошапкова, 1981: 432].

Как показывает анализ исследуемого нами материала, большинство предложений являются двусоставными полными с я-подлежащим (63% от общего числа): *При выращивании бройлерных цыплят я неукоснительно придерживаюсь всех правил* [№ 67]; *Я, пока работала в детдоме, познакомилась*

со столькими прекрасными людьми! [№ 35]. На втором месте определенно-личные предложения 20%: *Теперь понимаю, что любой результат воспитанника — это итог совместной работы пловца и его тренера* [№ 73]; *Хочу поблагодарить всех земледельцев района за хорошую и качественную работу* [№ 74]. Двусоставные неполные предложения с опущенным я-подлежащим составили 12%. Например, *Уверена, что большинство участников урока памяти испытывали чувство гордости за своих земляков <...>* [№ 24]. На четвертом месте двусоставные полные предложения с я-дополнениями (5 %). Например, *Когда мама поручала мне взбивать масло, я делал это вместе с Леной* [№ 49-50]; *У меня уже было трое детей, а я все еще ходила в фуфайке* [№ 71].

Современные исследователи констатируют тот факт, что «раскованной, идеологически не ангажированной публицистике идет процесс трансформации жанров. Появление новых форм стимулируется поиском новых моделей выражения своего «я» и контактов с читателем в свободной манере сотворчества» [Кайда, 2011: 87]. Районная газета «Красное знамя» активно поддерживает эти контакты.

Как отмечает исследователь Мяосой Юань, «современная публицистика отличается многообразием жанров. Журналист стремится показать читателю или зрителю полную картину событий, учитывая при этом неоднородность аудитории и по социальному положению, и по уровню образования, и по профессиональной деятельности. Поэтому выбор того или иного жанра зависит не только от творческих интересов автора, но и от мира знаний воображаемого адресата» [Мяосой Юань, 2012: 55]. В статье «Уступительные конструкции в СМИ: диалог автора с воображаемым адресатом» Мяосой Юань описывает наиболее распространенные информационные жанры (заметка, обозрение, репортаж), аналитический жанр (статья), отдельно выделяет очерки.

Анализ предложений в изучаемой нами районной газете показывает, что «я-предложения» употребляются в интервью как с начальниками (*Я очень надеюсь, что наши потребители отнесутся к переменам в сфере ЖКХ с пониманием и будут соблюдать культуру платежей* [№ 69]), так и «простыми» людьми (*Я решил, что буду поваром-кондитером* [№ 4]), в заметках (*Мне приходилось разносить газеты и письма ночью* [№ 54]), обзорах (*Я поручил главам ежедневно контролировать ход работ на объектах жизнеобеспечения* [№ 53]), в письмах из читательской почты (*Снимаю украшения в зале школьной библиотеки и предаюсь воспоминаниям* [№ 10]).

В анализируемом издании представлено три типа субъектов речи. Профессиональный субъект речи — журналист. В его текстах встречаются «я-предложения» в основном в виде вводных конструкций (*думаю, напомним, не сомневаюсь, считаю, и др.*). Например, *Напомним, соперником наших земляков были игроки «ТПЗ-Юникома»* [№ 75]. «Непрофессиональный» автор — человек, которому отвели место на полосе для публикации (заказ редакции), например, учитель математики Ирина Белькович: *Пока я преодолеваю период проб и ошибок, и для меня — это время поиска, раздумий, сомнений и открытий* [№ 70]. Возможен также формат интервью (диалог с журналистом), на-

пример, интервью с заслуженным лесоводом России: *Говорить, что сейчас стало больше пожаров, я бы не стал* [№ 75]. Третий тип субъекта речи — читатель (Н. Горбачева, медсестра: *Однажды я посетила другую парикмахерскую* [№ 18]), ветеран (Г.К. Трофименко: *Три года, восемь месяцев и 10 дней я находился в плену, приходилось выполнять разные работы* [№ 18]), автор письма (жительница Тюменского района: *Я очень сильно болею, пенсии не хватает ни на лекарства, ни на что, чтобы заплатить за квартиру* [№ 75]). Изучаемая газета на практике доказывает, что «ориентированность на адресата с его конкретными социальными возрастными, гендерными характеристиками — один из важнейших признаков любого профессионального текста массовой коммуникации» [Кузьмина, 2011: 133].

Часто на газетной полосе публикуются интервью с «простыми» жителями, ведущими подсобное хозяйство, занимающимися выращиванием цветов, овощей. Для этих людей визит журналистов является событием: о них напишут, про них узнают! Их фотографии будут видеть жители района, они приравнены к звездам, знаменитостям — такова деревенская социальная психология. Подобные публикации — это некий социальный бонус. Читатель стремится найти в публикации отражение родственной ему системы ценностей. «Мы всех любим (читателей районной газеты), они все нам нужны и дороги. И верим, вернее, знаем, что любовь это взаимная. Был в моей биографии факт: уходила в большую газету, но вернулась в «районку». Хочу читателю смотреть в глаза, срываться по первому звонку, приезжать в самую глубинку», — пишет главный редактор районной газеты «Октябрьские вести» Н. Ермакова [Журналист. 2009. № 12].

Г. Я. Солганик выделяет две категории адресанта: автор — «человек социальный» и «человек частный» [Основы лингвистики речи. М., 2010]. «Человек социальный» — представитель своего издания, выразитель интересов определенной социальной группы, наделяющий свою речь социальными, этическими смыслами. Как «человек частный», субъект речи проявляется в стилистических приемах, которые нацелены на сближение с аудиторией, отражающие интерес современной журналистики к частному человеку и частной жизни. Представляется, что в районной газете каждый тип субъекта речи содержит черты «человека социального» и «человека частного».

Количественные подсчеты показали следующее: на один номер газеты, в среднем на 400 предложений приходится 25 «я-предложений», занимающих в структуре интервью, заметки, обзора, в письмах и в статьях семантически важные позиции.

По нашим наблюдениям, «я-предложения» в заметках, обозрениях, интервью используют корреспонденты В. Поротников, А. Журавская, М. Коралева, А. Зубков (наиболее частотными я-глаголами являются *напомню, не верю, не знаю, не сомневаюсь*). Внештатные корреспонденты Л. Набокова, В. Калининский используют «я-предложения» в заметках и интервью (*думаю, желаю, могу сказать, напомнил, не поверил, поинтересовался, проходил, рад, спросил, уточнил, читал*).

Например, *«Вдруг это Руслановы, Зыкины, Рюмины, Пугачевы? Я должен помочь их голосу окрепнуть и взлететь...»* [№ 14], — говорит В. Васенев руководитель вокальной студии «Каникулы» п. Боровский. Из интервью мы узнаем, что работа В. Васенева очень востребована в поселке. Ежегодно на прослушивание приходят 50-60 детей, мечтающих петь под его руководством. В интервью с В. Васеневым «я-предложения» находятся в сильной позиции. Посредством я — лексем руководитель студии рассказывает о себе (*я был принят, я занимался нужным делом, я запомнился, я попытался, я присмотрелся, я продолжал работать*). Другим примером самопрезентации может служить авторский текст заместителя директора по воспитательной работе, учителя математики п. Новотарманский И. А. Белькович. В данном случае «я-предложения» послужили для описания опыта учителя, для изложения его педагогической философии (*беседую, выделила, выношу на заседание, от меня будет зависеть, понимаю, преодолеваю, рассказываю, рекомендую, стану, стараюсь, считаю*).

В публикуемых в районных газетах поздравлениях, в обращениях к землякам губернатора (В. Якушев), главы Тюменского района (В. Гульятеев), депутатов также используются «я-предложения» в эпидейктической функции. Глагольные я — лексем называют актуальные речевые действия (*благодарю, думаю, желаю, поздравляю, считаю*). В речи ветеранов, пенсионеров представлены «я-предложения» в прошедшем времени: *выдержал, начал стрелять, работал, отправился, сбежал*. На вопрос внештатного корреспондента Е. Архиповой «Как вам удастся сохранять такую физическую форму?» ветеран Великой Отечественной войны Н. В. Зырянов отвечает: *занимаюсь спортом, не увлекаюсь спиртным, не сижу, хлопочу по хозяйству*.

Таким образом, можно сделать вывод, что районная газета становится доброй благодаря личностному участию в ней всех коммуникантов — активных и пассивных субъектов речи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белошапкова В. А. Современный русский язык. М., 1981.
2. Гофман О. В. Односоставные определенно-личные предложения в русском языке // Русский язык и методика его преподавания: традиции и современность. 2007. Ч. 1. С. 70-71. Тюмень, № 5. С. 43-46.
3. Кузьмина Н. А. Автор и адресат текста СМИ: инверсия коммуникативных ролей // Мысль. Текст. Стил. СПб., 2011.
4. Мяосой Юань. Уступительные конструкции в СМИ: диалог автора с воображаемым адресатом // Русская речь. 2012. № 1. С. 55-56.
5. Солганик Г. Я. Основы лингвистики речи. М., 2010.
6. Трофимова О. В. Районные газеты // Мир русского слова. 2010. № 3. С. 53-63.
7. Трофимова О. В. Материалы круглого стола «Речевые события в СМИ: достижения и провалы» (Москва, 22 марта 2010 года // Языковая политика и язык СМИ в современной России: коллективная монография. Тюмень: СПб.: Мандр и Ка, 2010. 124 с.
8. Шахматов А. А. Синтаксис русского языка. М., 1941.