

## Местоимение как «тонкая деталь»: намеки и полутона в диалоге с аудиторией

Т. А. Пивоварчик

## Pronouns as “fine details”: building implicit dialogue with audiences

T. A. Pivavarchyk

Пивоварчик Тамара Анатольевна – кандидат филологических наук, доцент; Гродненский государственный университет имени Янки Купалы, Гродно, Республика Беларусь

E-mail: t.pivavarchyk@grsu.by

Статья поступила: 15.12.2025. Принята к печати: 25.12.2025.

В статье рассматривается проблема текстовой актуализации местоимений в русскоязычном медиадискурсе белорусских СМИ. Внимание сосредоточено на выявлении и описании pragmaticального потенциала отдельных местоимений, механизмов и закономерностей их pragmaticически обусловленного функционирования в медиатексте во взаимосвязи, с одной стороны, с текстообразующими средствами и текстовыми категориями, а с другой стороны, с pragmaticическими правилами и условиями использования местоимений журналистами как авторами медиатекстов. Местоименные единицы, являющиеся важнейшими компонентами динамической структуры медиатекста, анализируются как средства выстраивания смыслового диалога с аудиторией, выполнения журналистами их профессиональных процедур и совершения ими профессиональных речевых поступков. Показано, что местоимения могут использоваться журналистами в медиатексте в качестве коннотативно маркированных единиц, увеличивающих pragmaticическую силу высказывания – то есть силу воздействия на аудиторию. Прослеживается зависимость реализации pragmaticального потенциала местоимений от функционально-типологических параметров текстов и социально-идеологических норм медиадискурса. Отмечается избирательность местоименной лексики в отношении интенциональной установки текста или его фрагмента. Анализ текстов позволяет обнаружить зависимость между преобладающим типом информации в медиатексте (факторическая, превентивная, нормативная, оценочная) и избираемыми журналистом местоименными словами, например, с обобщенной или неопределенной референцией. Делается вывод о том, что местоимения как речевые единицы медиадискурса получают определенную pragmaticическую парадигму, образуемую системой pragmaticических приращений, которые в большинстве случаев имеют закономерный характер, а значит, могут поддаваться «вычислению». Pragmaticальная актуализация местоименного слова становится средством формирования содержательно-концептуальной информации медиатекста и его общей pragmaticической установки.

Tamara A. Pivavarchyk – Cand. Sci. in Philology, Associate Professor; Yanka Kupala State University of Grodno, Grodno, Republic of Belarus

ORCID: 0000-0002-0906-281X

Received: 15.12.2025. Accepted for publication: 25.12.2025.

The article examines the issue of textual actualization of pronouns in Russian-language media discourse of Belarusian media. Focus centers on identifying and describing the pragmatic potential of specific pronouns, mechanisms, and patterns of their pragmatically conditioned functioning in media texts—in relation to, on one hand, text-forming means and textual categories, and on the other, pragmatic rules and conditions of pronoun usage by journalists as media text authors. Prenominal units, as key components of media text dynamic structure, are analyzed as means of constructing semantic dialogue with the audience, performing journalists' professional procedures, and enacting professional speech acts. The study demonstrates that pronouns can be employed by journalists in media texts as connotatively marked units enhancing the pragmatic force of utterances – their impact on the audience. Dependence of pronoun pragmatic potential realization on functional-typological text parameters and socio-ideological norms of media discourse is traced. Selectivity of pronominal lexicon toward the intentional setup of the text or its fragment is noted. Text analysis reveals correlations between predominant information types in media texts (factual, primary, normative, evaluative) and journalist-selected pronominal words, such as those with generalized or indefinite reference. The conclusion posits that pronouns as speech units in media discourse acquire a specific pragmatic paradigm formed by a system of pragmatic increments, which mostly exhibit regularity and thus can be “computed.” Pragmatic actualization of pronominal words serves as a means of shaping content-conceptual information and the overall pragmatic stance of media texts.

**Ключевые слова:** медиалингвистика, лингвистическая pragmatika, медиатекст, местоимение, скрытый смысл.

УДК 81'367.626:070.1:004.032.6

**Keywords:** media linguistics, linguistic pragmatics, media text, pronoun, implicit meaning.

OECD: 6.02OY+5.08EU+1.02ET

# V

**Постановка проблемы.** Медиатекст как речемыслительный и коммуникативный феномен, как продукт целенаправленной профессионально-творческой деятельности, в языковом воплощении которого проявляются цель, условия, средства и другие составляющие труда журналиста, представляет интереснейший объект исследования в современной антропоцентрически и дискурсивно ориентированной лингвистике. Медиатексты создаются с изначальной установкой намеренного воздействия на когнитивно-ментальную сферу читателя и направленного идеологического воздействия на общественное мнение – в том числе через использование pragматически нагруженных языковых единиц. К таким единицам можно отнести местоименные слова и различные прonomинальные сочетания, благодаря «субъективной растяжимости» содержания которых [Виноградов, 1947, с. 324] авторам текстов удается успешно адаптировать, «приспосабливать» слова этого класса к «диктуемому дискурсом решению коммуникативных задач» [Всеволодова, 2010, с. 9]. В результате в отдельных дискурсах (например, поэтическом или массмедиийном) формируются специфические, но устойчивые употребления местоимений, их частные, дискурсивно обусловленные значения.

Еще в 1965 г. М. В. Федорова в очерках по истории русской местоименной системы писала, что «работ о русских местоимениях и очень мало, и очень много» [Федорова, 1965, с. 4]. С тех пор появилось много новых монографий и диссертаций, посвященных прonomинальным единицам русского языка, а утверждение сохраняет свою актуальность и по сей день. Работ много, потому что «местоимения и слова местоименного происхождения затрагиваются почти во всех работах, связанных с описанием различных сторон русского языка (лексики, фразеологии, морфологии, синтаксиса)» [там же]. Работ мало, потому что с развитием новых парадигм и направлений в русистике обнаруживается необходимость заново обращаться к потенциальному местоименного слова. Подвижность значений местоимений закономерна в силу их pragматической и дискурсивной природы. «В каждом тексте есть некоторые поверхностные (т. е. формальные) признаки, сигнализирующие о его глубинных структурах, в том числе и об общем (глубинном) смысле» [Карпилович, 2003, с. 140]. К числу таких признаков относятся и местоименные единицы, выступающие важными средствами кодирования общего смысла (идей) медиатекста. При этом мы исходим из убеждения, что журналист как актор профессиональной коммуникации осмысленно и целенаправленно использует все языковые единицы, в том числе и местоимения, при производстве текста, предполагая и «конструируя» их семантические и pragматические эффекты в общей системе запланированного речевого воздействия на аудиторию.

Под образным выражением «тонкая деталь» понимается «минимальное отличие качеств формы, размера, цвета, объема, фактуры объектов» [Балкинд, Пунтус, 2022, с. 75], в коммуникации это смысловой нюанс, едва заметный, но важный аспект,

который может оказать значительное влияние на общий смысл текста. Исследователи пишут о скрытых, прикрытиях, завуалированных, подразумеваемых, невыраженных смыслах, подтексте и подтекстовой информации, скрытых нюансах и косвенных значениях, не выраженных автором прямо и воздействующих на читателей незаметно для них самих, исподволь. Рассмотрение медиатекста в диалоговой парадигме позволяет свернутые (скрытые) смыслы рассматривать как способствующие взаимопониманию автора и читателя, в том числе на основе заложенных в текст пресуппозиций и импликатур.

**История вопроса.** Переход в 50-е гг. XX в. от системно-структурной лингвистики к антропоцентрической и речедеятельностной, от изучения изолированных и статичных языковых единиц к анализу динамических аспектов языка в дискурсе закономерно ознаменовался поисками не только значений, но и смыслов как особых употреблений, исполнений (*performance*) языковых средств. Сначала семантика, а затем за ней и прагматика вторглись в теоретическое пространство едва ли не всех лингвистических направлений, задавая исследовательскую установку на выявление и интерпретацию «всей информации, которую имеет в виду говорящий при развертывании высказывания и которую необходимо восстановить слушающему для правильной интерпретации этого высказывания» [Кибрик, 2001, с. 25]. При этом идеи о том, что в текстах может быть представлено скрытое содержание, появились в лингвистических работах значительно раньше; соответствующие обзоры представлены в работах [Воронушкина, 2011; Матвеева, Зюбина, 2019].

Начиная с 1980-х гг. среди грамматистов не прекращается обсуждение идеи о необходимости создания новой грамматики русского языка – «русской грамматики смыслов», как ее назвала Н. Ю. Шведова [Шведова, 1991]. Речь идет прежде всего о нахождении и описании семантических инвариантов и смысловых прототипов, что нашло свое выражение в монографии, посвященной «смысловым пространствам» русских местоимений [Шведова, 1998]. Однако свое место в такой грамматике должны занять и непрототипические, факультативные и периферийные, дискурсивно и ситуативно обусловленные значения, без учета которых невозможно глубокое осмысление категории прonominalности в речевой деятельности.

В настоящее время поиск смысловых оттенков занимает значимую часть исследовательских практик в таких направлениях современного языкоznания, как функционально-коммуникативная лингвистика, психолингвистика, когнитивная лингвистика, стилистика и др., и напрямую связан с принципом тексто(дискурсо)центризма, поскольку и сам язык, по замечанию Ю. М. Лотмана, «вычисляется из текстов» [Лотман, 2000, с. 424], и идущие от человека смыслы как функции содержания в контексте коммуникативной ситуации живут не в словарях, а в текстах, откуда их можно извлекать [Никитина, 2016]. Сегодня уже является аксиомой, что именно в тексте все языковые единицы, в том числе местоименные слова, их аналоги и прonominalные сочетания, обретают свою предназначность и содержательность. Текст – это продукт языковой (речевой, текстовой, дискурсивной) деятельности. Одна из ключевых идей харьковской психолингвистической школы (А. Н. Леонтьев, 1930-е) заключалась в том, что «изначально социально заданное

значение слова начинает в дальнейшем изменяться в зависимости от той деятельности, в которую это значение включено» [Ромашук, 2016, с. 28].

Обращение представителей разных лингвистических направлений к вопросу о дискурсивных проекциях языкового и речевого материала позволяет решить проблему, о которой в 2009 г. писала О. А. Лаптева: «далеко не всегда сообщение воспринимается и понимается в соответствии с замыслом отправителя речи, и постоянно сопровождающие этот процесс смысловые смещения оказываются принципиальным свойством речевого взаимодействия. Это связано как с психологическими его особенностями, так и с возможностями самого языкового материала. Первые привлекали внимание психологов и психолингвистов, вторые же остаются не только не разработанными, но и практически не выявленными» [Лаптева, 2009, с. 3]. Эти «смысловые смещения», на наш взгляд, могут представлять специальный предмет исследования в медиалингвистике, где особенно выделяются в этом ключе работы К. А. Роговой, Л. Р. Дускаевой, М. И. Конюшкевич, Е. Г. Беляевской, Л. А. Будниченко, В. Е. Чернянской, Т. В. Шмелевой, Н. И. Клушиной, Н. Ф. Алефиренко, Н. С. Цветовой и др., посвященные семантике и прагматике медиаречи, в том числе интенциональному анализу медиатекстов и смысловым преобразованиям не только языковых единиц, но и языковых категорий в медиадискурсе. В частности, обращается внимание на то, «в какой степени адекватно речевая ткань передает адресату содержание высказывания, цели и намерения говорящего (автора) и каким образом речь помогает глубже проникнуть в содержание» [Дускаева, 2012, с. 253], анализируются «речевые явления, интенциональная природа которых скрыта, для ее декодирования требуются дополнительные интерпретативные усилия адресата» [там же, с. 258].

Следует подчеркнуть, что наибольшее внимание вопросам разработки тонких смысловых нюансировок языковых и речевых единиц уделяется в лингвистической прагматике – со времени ее появления и до настоящего времени. Теории ситуационного, выводимого, скрытого и потенциального смысла: импликатур и пресуппозиций, подтекста и затекста, косвенных речевых актов и коннотаций, а также инференции (*inference*) как прагматического умозаключения (вывода) охватывают весьма разные явления; чаще всего имеется в виду та часть информации, которая обусловлена ситуацией общения и передается языковой единицей в речевом акте [Grzegorczykowa, 2014, с. 5]. Так, исследователи, представляющие научную школу скрытой прагмалингвистики Г. Г. Матвеевой, различают скрытые значения, скрытые смыслы и нюансы смысла [Матвеева, Зюбина, 2019]. При этом, как отмечает А. И. Шаронов, многие виды скрытых и потенциальных смыслов пока не выявлены и не интерпретированы, а «детально описанный инвентарь и комбинаторика знаков языковой системы составляют лишь надводную часть айсберга, называемого коммуникацией» [Шаронов, 2007, с. 5].

В англо-американской традиции выделяется направление прагмалингвистики (*pragmalinguistics*), которая, в отличие от остальных направлений прагматики, имеет дело с языковыми формами, занимается изучением конкретных ресурсов, которые данный язык предоставляет для передачи прагматического (иллокутивного и межличностного) значения [Bublitz, Norrick, 2011, р. 7–9]. И прагматический анализ

«существования» местоимений в медиадискурсе в наибольшей степени отвечает принципам этого направления.

Специфика лексико-грамматической и функциональной природы местоименных слов как «аккумуляторов и проводников множества типовых денотативных и неденотативных (собственно грамматических) значений» [Федюнева, 2009, с. 125]) обуславливает семантическую и прагматическую подвижность местоимений в тексте, их способность выступать в качестве прагматических актуализаторов. В ряду слов с наибольшей контекстной зависимостью, со значениями, приобретаемыми в ситуации речи, Н. Д. Арутюнова называет кванторы, дейктические и личные местоимения и местоименные наречия [Арутюнова, 1988, с. 5]. Отдельные группы местоименных единиц русского языка весьма полно исследованы, что позволяет сейчас, опираясь на полученные теоретические и эмпирические результаты, сосредоточить внимание на прагматике местоимений в актуальных дискурсивных практиках и в наиболее распространенных типах текстов. В настоящее время разрабатываются целые парадигмы вторичных значений и вторичных употреблений для разных типов местоименных единиц в работах Е. В. Падучевой, И. Ю. Граневой, Р. Д. Уруновой, Л. Н. Синельниковой, Г. В. Федюневой и других исследователей. Подмечено, что «русские местоимения характеризуются богатыми возможностями в сфере концептуализации и оценочной интерпретации действительности и поэтому имеют значительный потенциал использования в разных видах так называемой “манипулятивной коммуникации” и “языковой демагогии”» [Радбиль и др., 2019, с. 148]. Однако подобное комплексное исследование в отношении медиадискурса (местоимения на службе профессионально-речевой деятельности журналиста) отсутствует.

**Методология и методика исследования.** Внимание в статье сосредоточено на выявлении и описании прагматического потенциала местоименных единиц русского языка, механизмов и закономерностей их прагматически обусловленного «существования» в медиатексте во взаимосвязи, с одной стороны, с текстообразующими средствами и текстовыми категориями, а с другой стороны, с прагматическими правилами и условиями использования местоимений журналистами как авторами медиатекстов – в процессе осуществления журналистами текстопорождающей деятельности. Здесь мы в полной мере разделяем один из важнейших постулатов в идеологии трудов Т. А. ван Дейка: «структуры медиатекстов могут быть адекватно поняты только в одном случае: если мы будем анализировать их как результат когнитивной и социальной деятельности журналистов по производству текстов и их значений» [Дейк, 1989, с. 123]. При этом актуализируемые местоимениями «тонкие смыслы» интерпретируются в контексте норм, правил, стандартов и стереотипов речевого поведения, сложившихся в профессиональной культуре журналистов на определенном историко-культурном этапе, с учетом жанрово-форматных, дискурсивно-тематических и идеолого-риторических свойств медиатекстов, а также социально-исторического, культурного, политического контекста, в рамках которого медиакоммуникация осуществляется.

Объяснительная сила используемого в статье когнитивно-прагматического подхода к исследованию местоимений в речевой организации медиатекста заключается в принципе рассмотрения как единого целого языковых (вербализованных) и неязыковых

(экстралингвистических) знаний о мире и коммуникации. Поскольку в медиадискурсе коммуникативные и познавательные стратегии журналиста тесно взаимосвязаны, в статье коммуникативно-прагматический подход (Н. И. Формановская, Б. Ю. Норман, Т. В. Ларина, Л. Р. Дускаева, Л. Г. Лисицкая, И. И. Токарева, Т. В. Шмелёва и др.), основанный на системно-деятельностном понимании речевой коммуникации, сочетается с принципом когнитивно-прагматической интерпретации текста (Т. А. ван Дейк, В. Вара, М. Mazzone, Н. Ф. Алефиренко, Е. В. Сидоров, И. С. Шевченко, Л. Р. Безуглая и др.), что соответствует принципам когнитивно-дискурсивной парадигмы современной лингвистики и отвечает идее М. М. Бахтина о вариативной жизни языка: «в языке не остается никаких нейтральных, “ничьих” слов и форм. Он весь оказывается расхищенным, пронизанным интенциями, проактуализированным. <...> Все слова пахнут профессией, жанром, направлением, партией, определенным произведением, определенным человеком, поколением, возрастом, днем и часом» [Бахтин, 1975, с. 106].

Дальнейший анализ в статье строится на описании нескольких типичных для медиадискурса «текстовых регулярностей», отражающих дискурсивные практики использования конкретных местоименных единиц для решения профессиональных задач. Обсуждая современное медиадискурсивное пространство, на сложность его языковой структуры указывает Б. Тошович, отмечая, что участники различных коммуникативных ситуаций превращают «язык-систему в конкретную реализацию, имеющую различные названия: разновидность языка, способ выражения, вариант, вариетет, языковое высказывание, стиль, регистр, дискурс, форма языка / языковая форма, форма существования языка, языковой репертуар, языковая подсистема, подъязык и т. п.» [Тошович, 2017, с. 134]. Такую специфическую реализацию языка мы обнаруживаем, например, в практиках использования местоименных слов в рамках регионального (фактор типа издания) агитационного (фактор цели автора) медиадискурса (фактор регистра) об акциях (фактор предмета).

Материал исследования составили русскоязычные тексты, отобранные из газет, издаваемых на территории БССР и с 1991 – в Республике Беларусь; в данной статье далее приводятся примеры из следующих изданий: «Астравецкая праўда» (АП), «Бераставіцкая газета» (далее – БГ), «Вороновская газета» (ВГ), «Гродзенская праўда» (ГП), «Зара над Нёманам» (ЗН), «Іўеўскі край» (ИК), «Ленинское знамя» (ЛЗ), «Народная газета» (НГ), «Перспектива» (ПР), «СБ. Беларусь сегодня» (СБ), «Свіслацкая газета» (СГ).

**Анализ материала.** Первая «текстовая регулярность» – использование местоимения третьего лица множественного числа *они* в сильной позиции заголовка медиатекста – в его абсолютном начале. Такие примеры мы в большом количестве находим в советской прессе периода «ударных» пятилеток, например: *Они едут на работу в деревню* (ГП. 11.10.1953); *Они выступают в Лондоне* (ГП. 17.10.1956); *Они будут достойной сменой* (ГП. 17.04.1964); *Они занесены в областную Книгу почета* (ГП. 01.05.1964); *Они идут впереди* (ГП. 13.08.1968). Журналистские тексты с подобными заголовками представляют собой расширенные заметки, репортажи и корреспонденции в качестве инструментов пропаганды, служащих героизации труда и мобилизации населения на улучшение качества и повышение производительности труда.

С одной стороны, в таких заголовках журналисты удерживают фокус внимания читательской аудитории на коллективном субъекте, что становится заметным при

трансформации заголовка в его номинативный и неопределенно-личный варианты с элиминацией субъекта, широко распространенные в русскоязычных печатных СМИ советского периода: *Они выступают в Лондоне* → *Выступление в Лондоне; Выступают в Лондоне*. В исходном варианте у местоимения они реализуется эмфатическая функция, позволяющая журналисту придать заголовочному высказыванию особую смысловую и оценочную нагрузку: субъект не назван, но прагматическая установка автора в контексте идеологической атмосферы эпохи прозрачна – демонстрация образца поведения, на который следует ориентироваться читателю газеты. Само слово *они* в заголовке в некотором смысле обретает свойства номинативной единицы, метафоризируется, обрастает ценностными коннотациями.

С другой стороны, выбор прономинального способа обозначения коллективного субъекта вместо конкретной номинации, где субъект мог быть обозначен по одной из его характеристик (*гродненцы, передовики, артисты, юноши* и т. д.), существенно понижает статус этого субъекта. Местоимение не индивидуализирует, указывает обобщенно. Здесь не усматривается намерение автора создать интригу и, соответственно, криптoreферентная функция местоимения, так как его денотативная отнесенность легко прочитывалась аудиторией того времени в контексте: во всех случаях это указание на «людей труда», добросовестно и на пределе своих возможностей выполняющих профессиональные обязанности, на значимую в Советском Союзе категорию «передовики производства».

С точки зрения грамматики местоимение *они* в представленных выше заголовках выполняет функцию катафора – средства прогнозирования в лингвокогнитивном механизме языковой догадки и идентификации фрагмента медиатекста. Катафор настраивает читателей и категорически задает установку на дальнейшее восприятие представленной в тексте информации в определенном идеологическом ключе. В то же время благодаря выбору третьего лица реализуется прагматический эффект социального дистанцирования – с демонстративно высокой оценкой тех, о ком пишет автор, приданием им высокого статуса эталонности (герои, незаурядные личности, лучшие люди – но при этом представители всего советского народа). Подобная амбивалентность – и приданье значимости коллективному субъекту, и одновременное его обобщение, типизация были характерны в целом духу советской эпохи, отражали ее публицистический стиль, подтверждением чему названия художественных произведений: «Они были первыми» (1956), «Они сражались за Родину» (1975).

Сегодня такие заголовки с «выдвинутым» на первую позицию местоимением *они* можно отнести к своего рода лексико-грамматическим советизмам и встретить их в районной (местной) прессе, которая в своих стилистических установках сохраняет традиции советских газет. Пример заголовка в информационном отчете о работниках аграрной сферы, добившихся высоких результатов в уборке урожая, с указанием конкретных фамилий, где присутствует несомненный элемент героизации: *Они стоят за цифрами с полей* (БГ. 28.07.2018); *Они нашли новое решение* (ВГ. 01.12.2023). Показательно, что в советских газетах подобные заголовки могли строиться и с использованием местоимений *он* и *она*: *Она держит первенство* (ГП. 12.04.1964) – заголовок к портретной зарисовке о передовике производства; *Ей сопутствует успех*

(лз. 19.10.1974) – заголовок к заметке со следующим лидом: *К октябрьским праздникам передовая доярка намерена увеличить надои молока от коровы*. И опять же этот риторический прием обнаруживаем в современных районных газетах: *Быть ей королевой* (ПР. 21.05.2014).

Нарушение максимы ясности по П. Грайсу служит журналисту способом реализации не только коммуникативной тактики (привлечение внимания, интрига, побуждение читателей к домысливанию), но и смыслового движения от личностного к надличностному, определенной идеологической категоризации социума (они – класс людей, типаж, единое целое в их социальных, профессиональных, гражданских характеристиках); местоимение получает общественно-политическое звучание. Заголовки апеллируют к эталону (они – пример для подражания; правильно делать так, как они): *Они счастливее всех на свете, радость для них – их дети* (ЗН. 11.06.2014). Ту же функцию в заголовке может выполнять притяжательное местоимение *их*, также вынесенное в абсолютное начало предложения. Пример: заголовок *Их мужество отмечено наградами*; лид *Для обывателя профессия пожарных-спасателей – одна из самых героических и романтических* (ИК. 28.07.2018). Журналист осуществляет семантизацию – «наполнение пустых местоимений конкретным содержанием», за которым «могут стоять дополнительные pragматические оттенки – гордость, удивление, обида и т. п.» [Норман, 2017, с. 21]. Выбор способа референции – дейктического или недейктического (вместе с характеризацией) диктуется коммуникативным заданием журналиста.

Вторая текстовая регулярность, характерная для белорусских (прежде всего региональных) СМИ, – активное применение журналистами кванторных местоимений *все* и *каждый* со значениями всеобщности, обобщенности, инклузивности. Так, с помощью местоимения *все* журналисты осуществляют оценочную характеризацию всех без исключения компонентов описываемых событий и ситуаций, а именно: их участников, места, времени, обстоятельств. Контекстуальная актуализация местоименного значения всеохватности и генерализованности служит росту социальной значимости событий и ситуаций. Например, использование кванторных местоимений в сочетаниях со словами с пространственной семантикой позволяет характеризовать акцию как масштабное мероприятие: *Традиционно к акции присоединяются все регионы страны* (ГП. 16.03.2021); *Инициатива под лозунгом «Разам за зялёную Беларусь» стартовала во всех регионах страны 2 апреля* (ГП. 09.04.2021).

При описании обстоятельств события кванторные местоимения позволяют журналисту создавать в медиадискурсе сценарий акции как хорошо продуманного и тщательно организованного мероприятия; с помощью не только местоимений, но и устойчивых прonomинальных сочетаний с эффектом преувеличения оценивается качество работы организаторов акции: рус. *Лесохозяйственные учреждения обеспечат волонтеров всем необходимым посадочным материалом* (ГП. 16.03.2021); Участники вооружились *всем необходимым* – перчатками, ведрами с сеянцами, приспособлениями для посадки – и выдвинулись к намеченной точке (ГП. 10.04.2021).

В дискурсе региональной газеты всеохватность оценивается в основном положительно, как свойство или качество, достойное похвалы, восхищения, удивления, как показатель высшей степени чего-либо: *Примечательно, что за последние несколько лет ремонт был сделан во всех зданиях лесничеств лесхоза* (ПР. 28.11.2014); *А он всегда стремится всем угодить, никого не убедить своим отказом... <...>* Поэтому он старается **все свободное время** отдать самым дорогим людям – семье (СГ. 16.02.2013). Такая оценка строится в расчете на общую презумпцию ‘выполнить что-либо полностью – это непростая, труднодостижимая задача’, поэтому во многих контекстах уже само стремление к всеохватности маркирует достойное, правильное поведение отдельного человека или группы людей: *Главным богатством района были и остаются люди, которые делают всё, чтобы Островецкий район становился богаче и краше* (ГП. 26.09.2015); *Районные власти делают всё, чтобы люди могли не только получить работу по специальности, но и хорошо отдохнуть в свободное время* (ГП. 26.09.2015).

Поскольку для агитационного медиадискурса особое значение имеет обращенность текста к адресату, то одной из закономерностей его речевого оформления выступает использование кванторных местоимений в адресативном значении: *Стать участником акции может каждый* (ГП. 16.03.2021); *Беречь природное достояние и активно присоединяться к акции ее участники призывают каждого* (ГП. 10.04.2021). Типичными для агитационного медиадискурса становятся клишированное прономинальное сочетание с адресативным значением **все желающие**. Примеры: *К озеленению населенных пунктов могут подключаться все желающие* (ГП. 09.04.2021); *Коллектив Новогрудского лесхоза приглашает всех желающих людей... принять участие в добровольной акции «Неделя леса-2021»* (НЖ. 22.03.2021).

Идеологическая ангажированность медиадискурса проявляется в следующих высказываниях, в которых персональные идеологические установки автора маркируются и кванторным словом **весь**: *Все мы в свое время несмышенными ребятишками приходили в школу, доверяя свои умы и сердца первому учителю* (БГ. 07.10.2012); *Все мы родом из детства. И каждый из нас когда-то впервые переступал школьный порог* (СГ. 08.10.2012). Авторизационные конструкции с «глобальным» мы, в которых подчеркивается высокая (максимальная) степень общности журналиста и читателей как членов одного сообщества, их социальных позиций, интересов, взглядов: *Все мы видим, как благодаря заботам и труду жителей района с каждым днем все больше расцветает и становится краше наша Берестовитчина* (БГ. 29.12.2012); *Все мы прекрасно знаем, что на повышение производительности труда оказывает влияние с пользой проведенное свободное время* (ИК. 20.01.2012). Такую всеохватную инклузию, молчаливо подтягивающую читателя до нормы (всегда так и никак иначе), социолог Б. В. Дубин обнаруживает в державно-патриотических исторических романах [Дубин, 2004, с. 311–314].

Местоимение **весь** часто представлено в устойчивых и регулярных для языка СМИ сочетаниях – так называемых пропагандистских клише: *Единство нашего общества, основанное на взаимопонимании представителей разных национальных общностей и вероисповеданий, создает все условия для духовно-нравственного*

совершенствования человека (АП. 25.12.2015); *Он относится к категории тех небезразличных людей, которые не могут сидеть сложа руки и готовы приложить все силы для того, что бы сделать все от них зависящее для выполнения общих задач* (СГ. 26.12.2012). Регулярность конструкции *каждый из нас* с сочетанием кванторного и личного местоимений способствует смысловому выделению такого признака акции, как солидарность и сплоченность участников мероприятий в цитируемых журналистами словах организаторов и участников акции: *Считаю, что каждый из нас должен внести свой вклад в развитие лесного хозяйства страны* (ГП. 11.04.2021); *У каждого из нас есть свой родной уголок, который мы поддерживаем в порядке...* (ГП. 10.04.2021); *Каждый из нас делает вклад в развитие леса, так как Беларусь является легкими Европы* (ПР. 09.04.2021).

Таким образом, с помощью кванторных местоимений *весь* и *каждый* автор медиатекста не только описывает количественные параметры ситуации или события, но и использует их как средства формирования обобщенной оценки и идеологической установки, как инструменты воздействия на интерпретационную деятельность читателя.

Третья текстовая регулярность – использование неопределенного-личного местоимения *кое-кто* как средства воздействия на читателя в рамках дискурсивных практик пропаганды и контрпропаганды. *Кое-кто* находится в зоне антипатии автора медиатекста и всегда противопоставлен другим субъектам: акторам описываемых событий, и (или) журналисту и редакции, и (или) читательской аудитории, что реализуется через проекцию местоимения в разных категориальных (и не только субъектных) измерениях медиатекста.

Большая часть контекстов не позволяет говорить о неизвестности или несущественности референта, обозначаемого местоимением *кое-кто* как своего рода ироническим квазиэфемизмом: *Кое-кого даже угрозой национальной безопасности признали* (СБ. 04.01.2024); *И кое-кому* очень невыгодно, чтобы все это прекратилось (НГ. 18.02.2023). Не случайно подразумеваемый субъект, обозначенный местоимением *кое-кто*, может быть эксплицирован в тексте кореферентными наименованиями с разной степенью определенности и конкретизации – например, именами собственными, наименованиями по профессии и т. д. В таких случаях местоимение *кое-кто* используется, как правило, в начальной, «выдвинутой» части медиатекста (заголовок, подзаголовок, лид); лицо обозначается как не вполне определенное, однако далее в тексте получает референтную конкретизацию. Например: заголовок *Фокусы на дорогах*; подзаголовок *Экономическую проблему* *кое-кто* *пытается перевести в политическую плоскость*; в корпусе текста *Литва* *сегодня* *оказалась в непростой ситуации*: российский ГТК уже неоднократно принимал жесткие меры к *литовским перевозчикам*; концовка текста *Таким образом, считают в Государственном таможенном комитете, литовцы пытаются перевести сугубо экономический вопрос в политическую плоскость* (СБ. 28.08.2002). В семантике местоимения развивается значение обобщенности; катафорическая связь в развертывании текста позволяет журналисту выстроить логику от общего к конкретному. В результате в медиатексте некоторое время сохраняется интрига, на субъектном компоненте содержания акцентируется внимание читателей, а ожидание «держит» смысловую напряженность развивающейся автором идеи.

Журналисты прежде всего осуществляют контекстуальную категоризацию *кое-кого*, приписывая ему определенные характеристики с помощью акциональных, статальных, характеризующих, квалифицирующих предикатов. Как субъект действия *кое-кто* представляется в качестве того, кто в своих действиях руководствуется злым умыслом, имеет склонность к совершению нечестных поступков в корыстных целях: *За одну неделю именной приватационный чек «Жилье» подорожал на 300 рублей.* ***Кое-кто опять пытается ловить рыбку в мутной воде?*** (СБ. 21.06.2005); ***Даже накануне Пасхи кое-кто не считает грехом наживаться с помощью обмана*** (СБ. 18.04.2009); ***Тем не менее кое-кому очень хочется погреть руки на непростой ситуации в стране и в мире в целом*** (СБ. 04.12.2020). Автор текста при этом выступает как тот, кто способен вскрыть истинные намерения описываемого лица и предъявить эти намерения читателям, с тем чтобы последние осуществили свой ценностный выбор. Как субъект знания и мнения *кое-кто* предстает в медиатексте в качестве лица, имеющего неполное, фрагментарное знание и частное, к тому же ошибочное мнение: ***Кое-кто объяснял феномен чрезмерным трудовым усердием семьи <...> На деле все было проще: семейка в учреждении не работала, это были типичные «мертвые души»*** (СБ. 24.03.2007). Как субъект речи *кое-кто* обладает неубедительной аргументацией; за ним закрепляется неверная, ложная точка зрения, от которой затем отталкивается автор в своем желании узнать истину и предъявить ее читателю: ***Кое-кто пытается доказывать, что они боролись за белорусскую государственность в условиях военного конфликта. <...> Уймитесь, господа, таковая гитлеровцами даже не предполагалась*** (СБ. 21.06.2012). При обозначении субъекта действия, мнения, знания местоимением *кое-кто* автор медиатекста низводит все, что связано с этим субъектом, к самым незначимым единицам.

**Результаты исследования.** Местоимения могут использоваться журналистами в медиатексте в качестве средства, увеличивающего его pragматическую силу – то есть силу воздействия на аудиторию. При анализе текстовой актуализации местоимений прослеживается зависимость от функционально-типологических параметров дискурса и социально-идеологических норм медиадискурса определенного исторического периода. Наблюдается избирательность местоименной лексики в отношении интенциональной установки текста или его фрагмента, например: *они* – пропагандистский медиадискурс (норма и ценность), *все* и *каждый* – агитационный медиадискурс (призыв), *кое-кто* – контрпропагандистский дискурс (антиценности и агональность) и т. д.

И состав употребляемых местоименных единиц, и характер актуализации их парадигматических и синтагматических свойств, и их функционал в разных субдискурсах различаются и в своей медиадискурсивной обусловленности формируют специфическую прономинальную речевую системность – в сравнении с языковой системностью местоимений. Специфика речевого поведения местоимений может маркировать определенные коммуникативные стили журналистов. Анализ текстов позволяет также обнаружить зависимость между преобладающим типом информации в медиатексте (факторическая, превентивная, нормативная, оценочная) и избираемыми журналистом местоименными словами, например, с обобщенной или неопределенной референцией.

Прагматическая актуализация местоименного слова становится средством формирования содержательно-концептуальной информации медиатекста и его общей прагматической установки. Местоимения, принадлежащие к разным семантическим классам и выполняющие первичные референциальные задачи коммуникации, в медиадискурсе актуализируются в зоне ближней и дальней прагматики, когда установление нужной тональности общения с читателем и намерение определенным образом воздействовать на него оказывается важнее таких качеств, как точность, уместность, целесообразность, логичность.

**Выводы.** Процессы смыслообразования и речевой организации медиадискурса демонстрируют сильную зависимость от прагматически релевантных условий коммуникативной ситуации, от авторских интенций и установок, от характера использования журналистами таких актуальных для современного информационного пространства коммуникативных технологий, как пропаганда, агитация. Местоимения как речевые единицы медиадискурса получают определенную прагматическую парадигму, образуемую системой прагматических приращений. Эти прагматические приращения имеют в большинстве случаев закономерный характер, а значит, с одной стороны, важно обнаружить процедуры их «вычисления». С другой стороны, поскольку авторы медиатекстов этими приращениями могут и должны пользоваться, мы можем говорить о соответствующих задачах по развитию прагматической компетентности журналистов.

## Литература

- Арутюнова, Н. Д. (1988). *Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт*. Москва: Наука.
- Балкинд, Е. Л., & Пунтус, Е. Ю. (2022). Контраст как коммуникативный принцип организации художественного текста (на примере изобразительного искусства). *Культурная жизнь Юга России*, 1(84), 72–79. <https://doi.org/10.24412/2070-075X-2022-1-72-79>
- Бахтин, М. М. (1975). *Вопросы литературы и эстетики: исследования разных лет*. Москва: Художественная литература.
- Виноградов, В. В. (1947). *Русский язык: грамматическое учение о слове*. Москва, Ленинград: Учпедгиз.
- Воронушкина, О. В. (2011). Идентификация понятий «скрытый смысл». *Вестник Алтайской государственной педагогической академии*, 8, 48–53.
- Всеволодова, М. В. (2010). Язык и его место в мироздании. К вопросу об актуальной грамматике. *Вестник Московского университета. Серия 9. Филология*, 6, 7–35.
- Дейк, Т. А. ван. (1989). *Язык. Познание. Коммуникация*. Москва: Прогресс.
- Дубин, Б. В. (2004). *Интеллектуальные группы и символические формы: очерки социологии современной культуры*. Москва: Новое издательство.
- Дускаева, Л. Р. (2012). Интенциональность речевой деятельности журналиста: онтология и структура. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика*, 2, 253–260.
- Карпилович, Т. П. (2003). *Моделирование процесса смысловой компрессии текста: когнитивно-дискурсивный подход*. Минск: МГЛУ.
- Кибрик, А. Е. (2001). *Очерки по общим и прикладным вопросам языкоznания: универсальное, типовое и специфичное в языке*. Москва: Эдиториал УРСС.
- Лаптева, О. А. (2009). *Речевые возможности текстовой омонимии*. Москва: LIBROKOM.
- Лотман, Ю. М. (2000). *Семиосфера*. Санкт-Петербург: Искусство–СПб.
- Матвеева Г. Г., & Зюбина И. А. (2019). Скрытое значение, скрытый смысл и нюансы коммуникации. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*, 2(135), 85–92.
- Никитина, Е. С. (2016). *Смысловой анализ текста: психосемиотический подход*. Москва: LENAND.
- Норман, Б. Ю. (2017). *Прагматический потенциал русской лексики и грамматики*. Екатеринбург, Москва: Кабинетный ученый.
- Радбиль, Т. Б., Юматов, В. А., & Гранева, И. Ю. (2019). Манипулятивный потенциал русских местоимений в лингвистической экспертизе спорных текстов. *Język i metoda*, 6, 147–153.
- Ромашук, А. Н. (2016). Единство культурно-деятельностной психологии: проблема «снятия»

## References

- Arutyunova, N. D. (1988). *Types of linguistic meanings: Evaluation. Event. Fact*. Moscow: Nauka Publ. (In Russian).
- Bakhtin, M. M. (1975). *Questions of literature and aesthetics: research from different years*. Moscow: Khudozhestvennaya literatura Publ. (In Russian).
- Balkind, E. L., & Puntus, E. Yu. (2022). Contrast as a communicative principle of organizing a literary text (on the example of fine arts). *Cultural Studies of Russian South*, 1(84), 72–79. <https://doi.org/10.24412/2070-075X-2022-1-72-79> (In Russian).
- Bublitz, W., & Norrick, N. R. (Eds.). (2011). *Foundations of pragmatics*. Berlin, Boston: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG.
- Dijk, T. A. van. (1989). *Language. Cognition. Communication*. Moscow: Progress Publ. (In Russian).
- Dubin, B. V. (2004). *Intellectual groups and symbolic forms: essays on the sociology of contemporary culture*. Moscow: Novoe izdatel'stvo Publ. (In Russian).
- Duskaeva, L. R. (2012). Intentionality of a journalist's speech: ontology and structure. *Vestnik of Saint Petersburg University. Series 9. Philology. Asian Studies. Journalism*, 2, 253–260. (In Russian).
- Fedorova, M. V. (1965). *Lexical and grammatical essays on the history of Russian pronouns*. Voronezh: Voronezh University Publ. (In Russian).
- Fedyuneva, G. V. (2009). Pronouns in a cognitive aspect. *Siberian Journal of Philology*, 3, 124–128. (In Russian).
- Grzegorczykowa, R. (2014). O różnych rozumieniach pragmatyki w językoznawstwie. *Bulletin de la société polonaise de linguistique*, LXIX, 5–22. (In Polish).
- Karpilovich, T. P. (2003). *Modeling the process of semantic compression of text: a cognitive-discursive approach*. Minsk: Minsk State Linguistic University. (In Russian).
- Kibrik, A. E. (2001). *Essays on general and applied issues of linguistics: universal, typical, and specific in language*. Moscow: Editorial URSS Publ. (In Russian).
- Lapteva, O. A. (2009). *Speech possibilities of textual homonymy*. Moscow: LIBROKOM Publ. (In Russian).
- Lotman, Yu. M. (2000). *Semiosphere*. St. Petersburg: Iskusstvo-SPB Publ. (In Russian).
- Matveeva G. G., & Zyubina I. A. (2019). Hidden meaning and nuances of meaning in communication. *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*, 2(135), 85–92. (In Russian).
- Nikitina, E. S. (2016). *Semantic analysis of the text: psychosemiotic approach*. Moscow: LENAND Publ. (In Russian).
- Norman, B. Yu. (2017). *Pragmatic potential of Russian vocabulary and grammar*. Ekaterinburg, Moscow: Kabinetnyy uchenyy Publ. (In Russian).
- Radbil, T. B., Yumatov, V. A., & Graneva, I. Yu. (2019). Manipulative potential of Russian pronouns in linguistic examination of disputed texts. *Język i metoda*, 6, 147–153. (In Russian).

социальной детерминации. *Деятельный ум: от гуманитарной методологии к гуманитарным практикам: материалы XVIII Международного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации «Теория речевой деятельности: практики и эксперимент», Москва, 24–26 мая 2016 г. Ч. 2* (с. 27–29). Москва: Канцлер.

Тошович, Б. (2017). Стилистический интернет. *Актуальные проблемы стилистики*, 3, 133–145.

Федорова, М. В. (1965). *Лексико-грамматические очерки по истории русских местоимений*. Воронеж: Изд-во Воронежского ун-та.

Федюнова, Г. В. (2009). Местоимения в контексте когнитивной лингвистики. *Сибирский филологический журнал*, 3, 124–128.

Шаронов, И. А. (2007). Подводная часть айсберга. *Скрытые смыслы в языке и коммуникации* (с. 5–6). Москва: РГГУ.

Шведова, Н. Ю. (1991). Смысловой строй языка как основа его жизнедеятельности. *Русский язык и современность: проблемы и перспективы развития русистики: доклады. Ч. 1: Пленарное заседание. Язык и культура. Культура речи. История и диалектология. Словари и развитие русистики* (с. 23–30). Москва: Институт русского языка имени В. В. Виноградова РАН.

Шведова, Н. Ю. (1998). *Местоимение и смысл: класс русских местоимений и открываемые ими смысловые пространства*. Москва: Азбуковник.

Bublitz, W., & Norrick, N. R. (Eds.). (2011). *Foundations of pragmatics*. Berlin, Boston: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG.

Grzegorczykowa, R. (2014). O różnych rozumieniach pragmatyki w językoznawstwie. *Bulletin de la société polonaise de linguistique*, LXIX, 5–22.

Romashchuk, A. N. (2016). The unity of cultural-activity psychology: the problem of “removing” social determinism. *The active mind: from humanitarian methodology to humanitarian practices: Proceedings of the XVIII International symposium on psycholinguistics and communication theory “Theory of Speech Activity: Practice and Experiment”, Moscow, May 24–26, 2016. Part 2* (pp. 27–29). Moscow: Kantsler Publ. (In Russian).

Sharonov, I. A. (2007). The underwater part of the iceberg. *Hidden meanings in language and communication* (pp. 5–6). Moscow: RGGU Publ. (In Russian).

Shvedova, N. Yu. (1991). The semantic structure of language as the basis of its vital activity. *Russian language and modernity: problems and prospects for the development of Russian studies: reports. Part 1: The plenary session. Language and culture. Culture of speech. History and dialectology. Dictionaries and the development of Russian studies* (pp. 23–30). Moscow: Vinogradov Institute of the Russian Language of the Russian Academy of Sciences Publ. (In Russian).

Shvedova, N. Yu. (1998). *Pronoun and meaning: the class of Russian pronouns and the semantic spaces they open*. Moscow: Azbukovnik Publ. (In Russian).

Tošović, B. (2017). The stylistic Internet. *Current Problems of Stylistics*, 3, 133–145. (In Russian).

Vinogradov, V. V. (1947). *Russian language: grammatical teaching about the word*. Moscow, Leningrad: Uchpedgiz Publ. (In Russian).

Voronushkina, O. V. (2011). Identification of the concepts of “hidden meaning”. *Vestnik Altayskoy gosudarstvennoy pedagogicheskoy akademii*, 8, 48–53. (In Russian).

Vsevolodova, M. V. (2010). Language and its place in the universe. Towards the question of the grammar of today’s language. *Lomonosov Philology Journal*, 6, 7–35. (In Russian).

## Для цитирования:

Пивоварчик, Т. А. (2025). Местоимение как «тонкая деталь»: намеки и полутона в диалоге с аудиторией. *VERBA. Северо-Западный лингвистический журнал*, 4(18), 61–74. [https://doi.org/10.34680/VERBA-2025-4\(18\)-61-74](https://doi.org/10.34680/VERBA-2025-4(18)-61-74)

## For citation:

Pivavarchyk, T. A. (2025). Pronouns as “fine details”: building implicit dialogue with audiences. *VERBA. North-West linguistic journal*, 4(18), 61–74. [https://doi.org/10.34680/VERBA-2025-4\(18\)-61-74](https://doi.org/10.34680/VERBA-2025-4(18)-61-74) (In Russian).