

УДК 801.83

О. В. Фокина

Московский педагогический государственный университет,
ул. Малая Пироговская, 1, Москва, 119991, Россия
E-mail: ofokina@list.ru

КОММУНИКАТИВНЫЕ НЕУДАЧИ ПРИ ЦИТИРОВАНИИ

В статье анализируются наиболее частотные случаи коммуникативных неудач при использовании цитат в печатных средствах массовой информации начала XXI в.

Ключевые слова: средства массовой информации, цитата, коммуникативные неудачи.

Многочисленные лингвистические исследования, посвященные анализу языка и стиля средств массовой информации, отмечают такие особенности СМИ рубежа XX–XXI вв., как повышение экспрессии, интертекстуальность, пародийность, активизация языковой игры, карнавализация. При этом интертекстуальные включения могут служить средством карнавализации и повышения экспрессии текста, материалом языковой игры, а также выполнять другие функции: текстообразующую, номинативную, рекламную, аргументативную, аксиологическую (оценочную), парольную, иллюстративную, обобщающую, ассоциативную, функцию диалогизации текста и др. Как правило, в текстах СМИ происходит совмещение этих функций.

В случаях, когда прогнозируемые адресантом функции не реализуются, можно говорить о коммуникативной неудаче. В самом общем значении, вслед за И. А. Стерниным, под коммуникативной неудачей мы понимаем отрицательный результат общения, такое завершение общения, когда цель общения оказывается не достигнутой [Стернин, 1999]. В современной лингвистике традиционно исследуются коммуникативные неудачи, возникающие при диалогическом общении (в том числе в межкультурной коммуникации), реже – в полемических, диалогических жанрах СМИ, предлагается типология коммуникативных неудач (см., например: [Ермакова, Земская 1993; Городецкий и др., 1985; Формановская 2002] и др.); наше же

внимание обращено на частный случай – возникновение коммуникативных неудач при чтении интертекстуальных фрагментов газетных и журнальных текстов. Примеры отобраны с учетом результатов опроса 50 информантов в возрасте от 14 до 60 лет.

Под интертекстуальным фрагментом мы понимаем сегмент содержательной структуры производного (вторичного) текста, включающий цитатный компонент, соотносимый с интертекстемой, а также, в ряде случаев, маркеры цитации, в том числе операторы ввода. Интертекстема – «межуровневый реляционный (соотносительный) сегмент содержательной структуры текста – грамматической (морфемно-словообразовательной, морфологической, синтаксической), лексической, просодической (ритмико-интонационной), строфической, композиционной, – вовлеченный в межтекстовые связи» [Сидоренко, 1999. С. 11], принадлежащий исходному тексту.

В результате анализа печатных СМИ последнего десятилетия нами выявлены случаи возникновения не предусмотренного адресантом стилистического эффекта, а также наиболее распространенные ситуации, при которых адресат не понимает или неполно понимает высказывание адресанта, сомневается в его компетентности. Можно также согласиться с мнением О. П. Ермаковой и Е. А. Земской, которые относят к числу коммуникативных неудач «возникающий в процессе общения не предусмотренный говорящим нежелательный эмоциональный

эффект: обида, раздражение, изумление» [Ермакова, Земская, 1993. С. 31]. Наши наблюдения показывают, что во многих случаях возникновение у адресата негативных эмоций по отношению к интертекстуальному фрагменту приводит не просто к коммуникативной неудаче, а к коммуникативному провалу, например при неуместном использовании или неудачной трансформации интертекстемы, восходящей к тексту религиозного дискурса.

1. Наиболее часто коммуникативные неудачи возникают вследствие несовпадения фоновых знаний адресата и адресанта при немаркированном употреблении интертекстемы unprecedentedного характера.

Выделение адресатом интертекстуального фрагмента обладает особой значимостью в процессе восприятия и понимания текста, поскольку только в случае опознания интертекстемы адресатом возможна реализация перлокутивного эффекта. М. Ю. Федосюк отмечает развивающуюся в последнее время тенденцию коммуникативного равенства адресанта и адресата речи, которая основывается на сходном фонде общих знаний, позволяющем адресату понимать текст [1998]. При неопознании интертекстемы адресатом исключаются семантические наложения, прогнозируемые адресантом, текст утрачивает полиреференциальную природу, связь «замысел – понимание – смысл» деформируется. В случае использования в текстах СМИ универсально прецедентных или национально-прецедентных феноменов вероятность коммуникативных неудач такого рода минимальна, но она резко возрастает при употреблении интертекстем unprecedentedного характера, особенно при отсутствии каких-либо маркеров интертекстуальности (прежде всего лексических – операторов ввода интертекстемы, и графических).

Так, ни один из опрошенных нами информантов в возрасте до 30 лет не понял смысл интертекстуального фрагмента: «Сейчас не до эстетства – надо непременно попасть в Швейцарию и Австрию. Хоть тушкой, хоть чучелом. Главное – не быть ни тушкой, ни чучелом во время финального турнира» (Еврофутбол, август 2007), так как не была опознана апелляция к популярному анекдоту брежневской эпохи. У читателей старшего поколения подобных трудностей не возникло, реализовалась «парольная» функция интертекстемы. Все информанты

старше 40 лет заявили о фразеологизации интертекстемы «хоть тушкой, хоть чучелом» в значении ‘как угодно, любым способом’, расшифровали значение интертекстуального фрагмента, упомянув различные варианты анекдота: «Советские времена. Еврей в аэропорту готовится навсегда покинуть страну. На плече у него попугай.

Таможенник:

– Сколько лет вашему попугаю?

– Триста.

– Его нельзя вывозить, это – живой антиквариат. Можно только чучелом или тушкой.

Попугай шепотом:

– Изя, хоть чучелом, хоть тушкой, но сваливать отсюда надо!».

Избежать коммуникативной неудачи данного типа можно, расширив состав интертекстуального фрагмента; так, ни у одного из информантов, независимо от возраста, не возникло сложностей в понимании интертекстемы «хоть тушкой, хоть чучелом» при чтении интертекстуальных фрагментов, содержащих анекдот или указание на него: «Эти депутаты иногда так допекут! Больше, чем попугая, который готов был уехать в эмиграцию хоть чучелом, хоть тушкой лишь бы подальше от этих людей» (АиФ-Ярославль, 27.06.2007). Способом устранения непонимания может служить введение в текст элементов лингвокультурологического комментария: «Анализируя ситуацию с гражданами Узбекистана, не имеющими возможности реализовать себя на родине и предпочитающими мыкаться по просторам Содружества, вспоминаешь старый анекдот периода массовой эмиграции из СССР советских евреев. Для тех, кто успел его забыть, напомним. Еврей, вылетающий в Вену, решил взять с собой любимого попугая. Суровый таможенник говорит: “С попугаем нельзя. Можно либо чучело, либо тушку – таковы правила”. Услышав это, попугай обернулся к хозяину и сказал: “Согласен. В Вену хоть чучелом, хоть тушкой”» (Uzmetro.com, 07.09.2006).

2. Неполная идентификация интертекстемы адресатом.

В ряде случаев адресат воспринимает фрагмент текста СМИ как содержащий «чужое слово» (термин М. М. Бахтина), но не способен точно определить границы интертекстемы и точно атрибутировать ее. Так, в заголовке статьи о радиостанции «Тройка»

«Русь-Тройка, куда ты мчишься» (Вечерняя Москва, 03.12.2002) контаминируются точечная цитата «тройка» (ср.: «Эх, тройка! птица тройка, кто тебя выдумал?») и усеченная интертекстема «Русь, куда же несешься ты?» с заменой глагола на синоним (Н. В. Гоголь, «Мертвые души», т. 1). В данном случае «тройка» воспринимается как точечная цитата исключительно благодаря контексту, отсылающему к другой интертекстеме из того же произведения. При расширении состава той же интертекстемы она однозначно опознается информантами как цитата: «“Эх, Русь, птица-тройка...” В России три оператора 3G» (Комсомольская правда, 07.06.2007).

В других случаях лексема «тройка», не обладающая исключительностью словообразовательной структуры и необычностью использования в ограниченном числе контекстов, может восприниматься не как интертекстуальное включение, а как лингвокультурема, называющая явление, свойственное русской культуре: «Русь – “тройка”. “Рособнадзор” подвел итоги последнего экспериментального госэкзамена» (Время новостей, 18.06.2008); «Русь-тройка с минусом. Академик Заславская дает оценку событиям, произошедшим за последние 20 лет» (Новая газета, 28.03.2005). Опрошенные не связали данные фрагменты с произведением Н. В. Гоголя: лексема «тройка», как правило, воспринималась ими как название школьной отметки «удовлетворительно», на интертекстуальный характер заголовка информанты обратили внимание только после наводящих вопросов.

Такой сложности не возникло при чтении интертекстуального фрагмента: «Впрочем, все эти видения и призраки померкли и уничтожились рядом с тем зрелищем подлинности и счастья, коим стал субботне-воскресный теннисный матч на Кубок Федерации. Русь-четверка симпатичных девушек – доскакала до Парижа и победила» (Российская газета, 20.09.2005). Все опрошенные оценили этот фрагмент как интертекстуальный, а образование «Русь-четверка» соотнесли с текстом поэмы Н. В. Гоголя «Мертвые души». Этому способствовал интертекстуальный заголовок «Мужики просто приятные, и приятные во всех отношениях», а также многочисленные цитаты из произведений Н. В. Гоголя и аллюзии, выполняющие текстообразующую функцию.

3. Неправильная, ошибочная атрибуция автором интертекстемы.

Под атрибуцией (от латинского *attributio* – приписывание) мы понимаем установление принадлежности интертекстемы определенному автору и / или тексту-источнику. Этап атрибуции интертекстемы реализует прагматическую функцию, поскольку в случае общности апперцепционной базы адресанта и адресата («наличия общих предварительных сведений, общего житейского опыта у собеседников» [Земская, 1979. С. 8], знакомства с определенными текстами, в том числе прецедентными) и установления адресатом источника интертекстемы идет процесс «коммуникативного соавторства» [Винокур, 1993. С. 84] и обеспечивается коммуникативный успех, т. е. интенции автора (включая намерение вызвать определенные ассоциации, в том числе окказиональные) адекватно воспринимаются и «прочитываются» адресатом.

В ряде публикаций журналист непреднамеренно вводит читателя в заблуждение, ошибочно указывая источник или автора интертекстемы: «Последовали два псалма (42 и 43), исполненные под оркестр неизвестной нам певицей Патрицией Розарио.<...> И вы снова получите тот же, напрямую, разговор с Создателем. Интимнее не бывает: “Все воды Твои и волны Твои прошли надо мною... Для чего я, сетуя, хожу от оскорблений врага?”» (Вечерняя Москва, 24.10.2003) – в статье приведен текст псалма 41; «Что же касается географии, то впору будет вспомнить бессмертную фразу господина Простакова: “А извозчик на что?”» (Вечерняя Москва, 30.09.2003) – в действительности фраза принадлежит госпоже Простаковой. В случаях, когда адресат атрибутирует интертекстему верно, у него возникают сомнения в компетентности автора статьи, следствием чего становится недоверие ко всей информации, изложенной в тексте: «Предшественник Абрамовича на британском политическом небосклоне Ричард Львиное Сердце готов был отдать полцарства за коня. Роман Аркадьевич на лошадиные силы не разменивается, а в остальном он тоже не привык мелочиться. Сенсационный проект “Покупка «Челси»” обошелся ему более чем в 400 миллионов фунтов стерлингов» (Комсомольская правда, 01.03.2005) – автор ошибочно называет Ри-

чарда III (1452–1485) Ричардом Львиное Сердце (Ричард I, 1157–1199) и приписывает слова персонажа трагедии В. Шекспира реальному политическому деятелю; кроме того, в интертекстуальном фрагменте присутствует еще одна фактическая ошибка: Р. Абрамович не является британским политиком, тем более королем, следовательно, ни один из упомянутых Ричардов не может являться его предшественником «на политическом небосклоне».

В некоторых случаях рефлексия по поводу ошибок в атрибуции интертекстуального включения присутствует на страницах СМИ: «Г. Гудков, депутат Госдумы: “Поступили (контролирующие органы, закрыв Черкизовский рынок. – Ред.) по рецепту полковника Скалозуба: «Уж коли зло пресечь, – забрать все книги бы, да сжечь». Не можем справиться с проблемой – надо закрыть предприятие”. – Если б полковник Скалозуб одевался на Черкизоне, его бы сам Грибоедов разжаловал в рядовые, даже несмотря на то, что книги советовал сжечь не он, а Фамусов» (Аргументы и факты, 22–28.07.2009). Предложенное редакцией уточнение служит указанием на недостаточную компетентность Г. Гудкова. Во многих случаях указание на ошибки в атрибуции интертекстемы становится средством прямой или косвенной дискредитации политического деятеля (*дискредитировать* – ‘подорвать (подорывать) доверие к кому-чему-н., умалить (-ять) чей-н. авторитет’ [Ожегов, Шведова, 1999. С. 167]). О. С. Иссерс подчеркивает, что дискредитация включает не только речевые действия, цель которых – подорвать доверие, вызвать сомнение в положительных качествах кого-либо, но и обнародование каких-либо негативных фактов или мнения, действия против кого-либо, сигнализирующие о недоверии (прямо или косвенно) [1997]. В качестве примера приведем несколько откликов на произнесенную В. В. Жириновским фразу: «Вот в “Грозе” – Катерина бросается под поезд. Нет не в “Грозе”, а в “Маскараде”». Рубрика газеты «Аргументы и факты» «Жизнеспособность политсубъектов (ЖПС)» умалывает авторитет политика через осмеяние (тактика дискредитации, описанная О. С. Иссерс): «В. ЖИРИНОВСКИЙ: “Гроза” (пьеса Островского – Ред.). Катерина бросается под поезд. Нет, не в

“Грозе”, а в “Маскараде”. – Все верно, только не в “Маскараде” это было, а в “Муму”. И не под поезд, а в реку. И не женщина, а собака. И не сама бросается, а ее дворник Герасим топит» (Аргументы и факты 05.06.2002); «Телекамеру вообще обмануть трудно. Достаточно просто показать в эфире, например... Владимира Жириновского, продемонстрировавшего уровень своей культуры, перепутав Катерину из “Грозы” с Анной Карениной, чтобы без всяких комментариев стала понятной суть явления под названием ЛДПР» (Правда, 07–10.06.2002); косвенная оценка может быть выражена в названии рубрики: «Наши златоусты» (Волна, 20.09.2002) – в рубрике приведены неудачные высказывания известных политиков, в том числе слова В. В. Жириновского о Катерине.

4. Использование однотипных конструкций, возникновение непреднамеренного стилистического эффекта вследствие редакторской небрежности.

Стремление к созданию ярких, экспрессивных газетных текстов часто приводит к противоположному эффекту – стиранию экспрессии, который возникает при использовании клишированных средств. Особенно заметна однотипность моделей построения заголовков. При случайном сближении заголовков, построенных по одной модели, зачастую происходит разрушение мотивационно-прагматических установок автора. Так, в одном номере «Российской газеты» помещены статьи, озаглавленные «Регионы просят денег» и «Вузы просят гарантий» (Российская газета, 10.07.2004), тематически эти публикации не связаны, но благодаря построению заголовков по одной модели (ср. «Батальоны просят огня») происходит их ассоциативное сближение. Газета «Правда Севера» в течение двух дней опубликовала три статьи на разные темы, заголовки которых апеллируют к строкам песни «У природы нет плохой погоды» из кинофильма «Служебный роман» Э. Рязанова: «Нет плохого возраста (возраст... как и осень года, надо благодарно принимать)» (Правда Севера, 11.10.2001), «Слабость, боль и ломоту в коленях трудно благодарно принимать» (Правда Севера, 11.10.2001), «Что тебе назначено природой, надо благодарно принимать» (Правда Севера, 12.10.2001), что при-

вело к возникновению не предусмотренного авторами комического эффекта.

5. Этически неуместная трансформация интертекстемы.

В русской лингвокультуре бытует представление о неуместности шуток в определенных ситуациях (смерть, трагические события), существует набор текстов, обладающих особой культурной значимостью (религиозные тексты, некоторые произведения классической литературы и др.), иронизирование над которыми осуждается. К сожалению, современные СМИ все чаще пренебрегают соблюдением культурных традиций. Нарушение этических норм острее всего ощущается при неудачной трансформации библейских фразеологизмов, что не только оскорбляет чувства верующих, но и вызывает недоумение у многих невоцерковленных читателей: «Геморрой: время держать свечку» (Аргументы и факты, 2003, № 7) – о лечении геморроя с помощью ректальных свечей; «Время изгонять камни... из почек» (Правда Севера, 04.10.2001) – о лечении почечно-каменной болезни, мочегонных средствах; «Время разбрасывать кости» (Московская правда, 24.06.2003) – о территории, на которую претендуют православный храм, музей и школа, «Время собирать рюхи» (Московская правда, 29.11.2002) – об игре в городки. Примером коммуникативной неудачи также может служить фрагмент статьи: «Каждому свое: богову – богово, кесарю – кесарево, а слесарю – слесарево» (Московский комсомолец, 12.07.2003). Библейское выражение в данном случае десемантизируется, подтверждением этому может служить словоформа «богову» – грамматически ошибочная форма дательного падежа, а также каламбурная рифмовка (кесарю – слесарю, кесарево – слесарево).

В ряде случаев неоднозначно отношение информантов к самому факту введения в текст библейских интертекстем, часто это зависит от контекстуального окружения библеизма. Так, лид статьи «Вначале было Слово... Слово богини судьбы Клото прозвучало в храме прессы, что зиждется на столпах Правды, Мужества, Неподкупности и Вдохновения – так в Концертном зале “Россия” был открыт вечер награждения победителей московского конкурса юных журналистов “Ступень к успеху”» (Вечерняя Москва, 30.05.2003) негативно был воспринят рядом православных информантов

из-за неуместного, на их взгляд, использования библейской цитаты в сочетании с именем языческой богини. Большинство же опрошенных сочло подобное соединение допустимым.

Этически неуместны трансформации некоторых интертекстем из произведений классической литературы, как правило, в тех случаях, когда интертекстема помещается в сниженный контекст. Например, «Смешались в кучу попы, груди...» (Комсомольская правда, 15.02.2005) – о «поп-тусовке», «Смешались в кучу “кони”, “мясо”...» (Ре:акция, 16–26.03.2006) – о болельщиках, ср.: «Смешались в кучу кони, люди...» (М. Ю. Лермонтов), «Что в вымени тебе моем» (Российский продовольственный рынок, 2003, № 6) – о росте цен на мясомолочную продукцию, ср.: «Что в имени тебе моем...» (А. С. Пушкин). «Здесь Свиноград был заложен» (Деловая среда, 10.10.2001) – о строительстве свинофермы, ср.: «Здесь будет город заложен» (А. С. Пушкин) – сохраняется ритм интертекстемы, лексическое наполнение, в целом создается впечатление резкого стилистического снижения, неуместности использования пушкинских слов. «Смерть Ивана Ильича» (Московская правда, 20.02.2003) – о гибели профессора И.И. Гармаша, ср.: «Смерть Ивана Ильича» (Л. Н. Толстой), выбор заголовка обусловлен совпадением имен и отчеств героя статьи и литературного персонажа, что в статье на трагическую тему выглядит неуместным, так как использование интертекста почти всегда связано в восприятии аудитории с языковой игрой. «Норд-Оста я и не заметил» (Московский комсомолец, 20.02.2003) – о теракте на Дубровке, ср.: «Слона-то я и не приметил» (И. А. Крылов) – употребление интертекстемы из басни в статье о трагических событиях можно расценивать как неэтичное, неуместное иронизирование.

6. Немотивированное использование интертекста.

Как правило, интертекстуальные включения в публицистических текстах функционально нагружены. Именно поэтому немотивированное использование интертекстуальных фрагментов вызывает недоумение читателя. Так, статья о мультсериале «Долина папоротников» озаглавлена «Когда Бирнамский лес пойдет на Дунсинан...» (Российская газета, 26.11.2003), в тексте статьи нет других отсылок к шекспировско-

му тексту («Макбет»), выбор заголовка ни прямо, ни косвенно не пояснен. Единственное объяснение, предложенное информантами, – отдаленная связь семантики слов *лес – папоротники*, при этом заголовок был признан неудачным. Подзаголовок «Дядюшкин сон» (Аргументы и факты-СПб, 2003, № 9) – о директоре Всеволожского краеведческого музея. Контекст указывает на то, что выбор подзаголовка обусловлен исключительно ассоциативными связями, содержание статьи никак не связано с произведением Ф. М. Достоевского: «Она своими юными трепетными ушками ловила каждое слово дядюшки Гергарда, который был внуком последнего садовника помещика Всеволожского... Дядюшка рассказывал о барине, о дореволюционном быте... Последние несколько лет он был абсолютно слеп, но и тогда продолжал вспоминать счастливые сны своего детства».

7. Ошибки в употреблении иноязычных интертекстом, вызванные незнанием иностранного языка.

В СМИ достаточно часто названия и рефрены всемирно известных песен используются без перевода, иногда с орфографическими ошибками. Например, газета «Комсомольская правда» по-разному цитирует название песни группы «Queen»: «В день смерти Виталия Соломина в Малом театре шел спектакль Анни Жирардо. И спекулянты с утра торговали билетами на вечернее представление, заламывая цены... Что ж, такова жизнь. *The show mast go on...*» (Комсомольская правда 31.05.2002) – «*Show must go on?*» (Комсомольская правда, 29.11.2003).

8. Использование дезориентирующих заголовков (термин А. С. Подчасова).

Читатель, воспринимающий заголовок, определяет тему и прогнозирует содержание текста, а также принимает решение о чтении статьи. Ни один из информантов не смог предположить, о чем идет речь в статье, озаглавленной «Тройка-Русь...» (Калининградская правда, 04.05.2001), в связи с этим заголовок был признан неудачным, его смысл становится ясен только после прочтения статьи. В тех случаях, когда заголовок не связан с содержанием статьи, возникает эффект «обманутого ожидания». Кроме того, использование в номере ряда заголовков, построенных по одной модели на основе одной и той же интертекстемы, дает возможность предположить, что публикации

представляют собой цикл. Приведенные выше заголовки газеты «Правда Севера», созданные на основе интертекстемы «У природы нет плохой погоды», представляют собой пример возникновения у читателей эффекта обманутого ожидания циклизации.

Таким образом, коммуникативные неудачи, возникающие при использовании интертекстуальных включений, как правило, вызваны несовпадением фоновых знаний автора и читателя, ошибками атрибуции интертекстемы, неточным цитированием, использованием дезориентирующих заголовков, редакторской небрежностью, вследствие которой возникают не предусмотренные авторами стилистические эффекты. Причиной коммуникативного провала, как правило, становится этически не уместная интертекстуальность. Предотвратить часть коммуникативных неудач может расширение объема интертекстуального фрагмента, использование маркеров интертекстуальности и операторов ввода цитаты, неинтертекстуальных подзаголовков, уточняющих заголовков, а также введение в текст элементов лингвокультурологического комментария.

Список литературы

Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий: варианты речевого поведения: Монография. М.: Наука, 1993. 171 с.

Городецкий Б. Ю., Кобозева И. М., Сабурова Г. П. К типологии коммуникативных неудач // Диалоговое взаимодействие и представление знаний: Сб. науч. ст. Новосибирск, 1985. С. 64–79.

Ермакова О. П., Земская Е. А. К построению типологии коммуникативных неудач (на материале естественного русского диалога) // Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект: Сб. науч. ст. М.: Наука, 1993. С. 90–157.

Земская Е. А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения: Монография. М.: Рус. яз., 1979. 239 с.

Иссерс О. С. Паша-«Мерседес», или речевая стратегия дискредитации // Вестн. Омск. ун-та. 1997. Вып. 2. С. 51–54.

Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / РАН, Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова. 4-е изд., доп. М.: Азбуковник, 1999. 994 с.

Стернин И. А. Речевое воздействие как интегральная наука // Проблемы коммуникации и номинации в концепции общегуманитарного знания: Сб. науч. ст. Челябинск, 1999. С. 148–154.

Федосюк М. Ю. В каком направлении развивались стили русской речи XX века // Филология и журналистика в контексте куль-

туры (Лиманчик-98): Материалы Всерос. науч. конф. Ростов н/Д, 1998. Вып. 4. С. 3–4.

Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход: Моногр. М.: Рус. яз., 2002. 216 с.

Материал поступил в редколлегию 26.01.2010

O. V. Fokina

COMMUNICATIVE FAILURES IN QUOTATION

The paper describes analysis of causes of failures, which appear on application of quotations in modern print mass media.

Keywords: mass media, quotation, communicative failures.