

Министерство образования Российской Федерации
Уральский государственный педагогический университет

СОВРЕМЕННАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА

Материалы международной
научной конференции

Екатеринбург – 2003

Современная политическая лингвистика: Материалы международной научной конференции. Екатеринбург, октябрь 2003 г. / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2003. – 190 с.

Представлены материалы международной научной конференции «Современная политическая лингвистика», проводимой в октябре 2003 г. при поддержке РГНФ. Адресовано специалистам по общей и политической лингвистике, политологии, журналистике.

РЕД. КОЛЛЕГИЯ:

Профессор, д.ф.н. Чудинов А.П. (отв. ред)

Профессор, д.ф.н. Руженцева Н.Б.

Профессор, д.ф.н. Гридина Т.А.

Профессор, д.ф.н. Бабенко Л.Г.

Доцент, к.ф.н. Коновалова Н.И.

Ассистент Шинкаренкова М.Б.

Участники конференции благодарят РГНФ за материальную поддержку проекта (грант 03-04-14050 за 2003 г)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Алексеева Л.М. Пермь МЕТАФОРЫ РЕВОЛЮЦИИ КАК СРЕДСТВО КАТЕГОРИЗАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКЕ	9
2. Андреева К.А. Тюмень ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОНЦЕПТЫ В РОМАНЕ АЙРИС МЭРДОК "АЛОЕ И ЗЕЛЕНОЕ"	11
3. Асмус Н.Г. Челябинск ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЕ.....	12
4. Бабаева Е.В. Волгоград ПАРТИЙНАЯ ПРОГРАММА КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО АНАЛИЗА.....	14
5. Баженова Е.А., Лапчева С.А Пермь ОППОЗИЦИЯ СВОЙ-ЧУЖОЙ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ.....	16
6. Басовская Е.Н. Москва СТАРЫЕ ИМЕНА – НОВЫЕ СМЫСЛЫ. СОВЕТИЗМ КАК РИТОРИЧЕСКОЕ СРЕДСТВО.....	19
7. Беглова Е.И. Стерлитамак АССОЦИАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ОСНОВА МЕТАФОРИЧЕСКОГО ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЯ НАЗВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ.....	21
8. Белозерова Н.Н. Тюмень ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА В ПЬЕСАХ ШЕКСПИРА.....	23
9. Бушев А.Б. Тверь СИНТАКСИС РЕЧИ КАК СРЕДСТВО ПРОБУЖДЕНИЯ РЕФЛЕКСИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	25
10. Бушев А. Б. Тверь ЯЗЫКОВЫЕ ФЕНОМЕНЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА.....	27
11. Ведерникова О.В. Коми МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ ЭТНИЧЕСКОЙ МОБИЛИЗАЦИИ.....	29
12. Волкова Н.И. Сыктывкар «ПОЛИТИЧЕСКИЕ» АНТРОПОНИМЫ.....	31
13. Ворожцова И.Б. Ижевск ВОЗДЕЙСТВИЕ ЧЕРЕЗ ИНФОРМАЦИЮ В РУССКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ.....	33
14. Воронцова Т.А. Ижевск ГОСУДАРСТВО - ЭТО НЕ МЫ!.....	34
15. Гаврилова М.В. Санкт-Петербург ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОСЛАНИЯ ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОМУ СОБРАНИЮ.....	36
16. Галеева Н.Л. Тверь РЕЧЕВЫЕ И ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕКСТОВ АМЕРИКАНСКИХ ОФИЦИАЛЬНЫХ ЗАЯВЛЕНИЙ.....	38
17. Голованова А.В. Пермь СТРУКТУРНО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КАРТИНЫ МИРА В	

ТЕКСТАХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	39
18. Головенкина Н. Челябинск КОГНИТИВНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ АРТЕФАКТНОЙ МЕТАФОРЫ В РО- МАНЕ М.А. БУЛГАКОВА «БЕЛАЯ ГВАРДИЯ».....	41
19. Гридина Т.А. Екатеринбург ПРЕЦЕДЕНТНАЯ МОДЕЛЬ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (на материале жанра гариков).....	43
20. Даулетова В.А. Краснодар ДИСКУРСНЫЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ АВТОБИОГРА- ФИИ.....	45
21. Докучаева Р.М. Коми РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СМЫСЛОВЫХ СВЯЗЕЙ В ЖАНРЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИНТЕРВЬЮ.....	47
22. Донсков С.В. Тверь СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ СМИ.....	49
23. Дубровская Т.В. Пенза АВТОР РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ «ОСУЖДЕНИЕ» И «ОБВИНЕНИЕ» В РУС- СКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ.....	51
24. Ерофеева Т.И. Пермь ОБ АСПЕКТАХ ИЗУЧЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ В ПЕРМСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ.....	53
25. Зяткова Л.Я. Тюмень СУБЪЕКТИВНАЯ МОДАЛЬНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА НА ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОМ УРОВНЕ.....	54
26. Иванова Е.М. Череповец О ТРАДИЦИОННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУР- СА.....	58
27. Ильина М.Г., Тащиенко А.В. Кемерово ПУБЛИЧНЫЕ ДИРЕКТИВЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ	59
28. Иссерс С.О. Омск КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОЕДИНОК В СИТУАЦИИ ВЫВЕДЫВАНИЯ ИН- ФОРМАЦИИ (на материале публичных интервью).....	61
29. Каслова А. А. Екатеринбург ФИНАНСОВАЯ МЕТАФОРА В РОССИЙСКОМ И АМЕРИКАНСКОМ АГИ- ТАЦИОННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ.....	64
30. Катермина В.В. Краснодар ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА В СМИ	66
31. Качесова И.Ю. Барнаул РИТОРИЧЕСКИЙ ТЕКСТ: ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ АРГУМЕНТА- ТИВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК.....	68
32. Керимов Р.Д. Кемерово ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ОБРАЗНОЙ МЕТАФОРЫ В СОВРЕМЕННОЙ НЕМЕЦКОЙ ПАРЛАМЕНТСКОЙ РЕЧИ.....	71
33. Клепалова И. А. Каменск-Уральск ПРИНЦИПЫ ИГРОВОГО ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЯ ПТ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ.....	73
34. Клочко Н.Н., Самойлова К.А. Латвия	

ПРАГМАСЕМАНТИЧЕСКАЯ СИММЕТРИЯ И АСИММЕТРИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ В ЧЕШСКОМ И РУССКОМ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДИСКУРСАХ.....75

35. Комарова З.И., Плотникова Г.Н. Екатеринбург
СЕМАНТИКО-КОГНИТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (на материале интервью).....77

36. Комарова З.И. Екатеринбург
О ГИБРИДНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ТЕРМИНА.....79

37. Кондратьева О.Н. Кемерово
К ИСТОКАМ ФОРМИРОВАНИЯ НЕКОТОРЫХ ЗООМОРФНЫХ МЕТАФОР В ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ.....81

38. Коновалова Н.И. Екатеринбург
«РАСПЛЕВАТЬСЯ» ПО-РУССКИ.....83

39. Котюрова М.П. Пермь
ТОЛЕРАНТНОСТЬ НА ГРАНИ... С ЮРИСЛИНГВИСТИКОЙ.....85

40. Кубасов А.В. Екатеринбург
ЧЕРТЫ РОССИЙСКОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ В ОЧЕРКАХ ЧЕХОВА «ИЗ СИБИРИ».....87

41. Купина Н.А. Екатеринбург
ИДЕОЛОГЕМЫ КАК КЛЮЧЕВЫЕ ЕДИНИЦЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЯЗЫКА.....90

42. Кушнерук С. Л. Челябинск
ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ В СМИ92

43. Левитан К.М. Екатеринбург
К ПРОБЛЕМЕ АДЕКВАТНОГО ПЕРЕВОДА ПОЛИТИКО-ПРАВОВЫХ ТЕКСТОВ.....94

44. Лысакова И.П. Санкт-Петербург
ЯЗЫКОВАЯ МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ МЕНТАЛЬНОСТИ ЧИТАТЕЛЯ В СОВЕТСКОЙ ПРЕССЕ.....96

45. Лучинина Е.Н. Тверь
ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЭТНОНИМОВ В РОССИЙСКОМ И АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ.....99

46. Магера Т. С. Алтай
КОММУНИКАТИВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПЛАКАТА.....101

47. Мамаев Н.Ю. Горно-Алтайск
СИЛЛОГИЧЕСКАЯ И МИФОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛИ КОМПОЗИЦИИ АГИТАЦИОННОГО ДИСКУРСА.....103

48. Мамонова Ю.А. Пермь
О СЕМИОТИКЕ НЕКОТОРЫХ КОНЦЕПТОВ105

49. Мануковский М. Воронеж
МАНИПУЛЯТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ ДИСКУРСА СОВРЕМЕННЫХ СМИ.....106

50. Манчинова Н.В. Пермь
СТИЛЕВАЯ ИГРА КАК ПРОЯВЛЕНИЕ РИТОРИЗМА ТЕКСТОВ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ.....108

51. Инга Г. Милевич Даугавпилс, Латвия

ДАЙДЖЕСТ – КОММУНИКАТИВНАЯ ТЕРРИТОРИЯ “ЧУЖОГО”	110
52. Мухаметдинова Т.В. Челябинск ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО МОДЕЛИРОВАНИЯ ОБ- РАЗА АМЕРИКИ В РОССИЙСКИХ СМИ.....	112
53. Наумова И.О. Харьков ИСТОЧНИКИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ РУССКОГО ЯЗЫКА XIX ВЕКА.....	114
54. Нахимова Е.А. Екатеринбург О ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ ИДЕОЛОГЕМ	116
55. Немирова Н.В. Сыктывкар ПРЕЦЕДЕНТНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА	118
56. Олянич А. В. Волгоград ПРЕЗЕНТАЦИОННЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ПОЛИТИ- ЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ.....	120
57. Панин В.В. Тюмень ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС: “ЯЗЫК ДВУСМЫСЛЕННОСТИ”.....	122
58. Паршин М.М. Пермь ОБРАЗНАЯ МОДЕЛЬ «МИР – ТЕАТР» В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ.....	124
59. Паршин П.Б. Москва МЕТАНАУЧНЫЕ РАЗМЫШЛЕНИЯ О ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКЕ: ТРИ ПОДХОДА К СТАНОВЛЕНИЮ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДИСЦИПЛИ- НЫ.....	126
60. Перескокова А.Ю. Челябинск МЕТАФОРИЧЕСКОЕ САМОВЫРАЖЕНИЕ СМИ.....	129
61. Пименова М.В. Кемерово ПОЛИТИКА В ЗЕРКАЛЕ МЕТАФОРЫ	131
62. Пономарева О.Б. Тюмень СЕМАНТИЧЕСКАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ АНГЛИЙСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ.....	132
63. Попова В.Б. Челябинск УМЕНИЕ СЛУШАТЬ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	134
64. Прокофьева Т.А. Санкт-Петербург МЕТАФОРА КРИЗИСА В СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ.....	136
65. Рябцева Э.Г. Краснодар СМЫСЛОВАЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ КАК СРЕДСТВО ВАРИАТИВНОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ	138
66. Сандакова М.В. Москва ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТОНИМИЯ ЦВЕТОВЫХ ПРИЛАГАТЕЛЬ- НЫХ.....	140
67. Сергеева Н.М. Кемерово РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА РАЗУМ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ТЕКСТАХ НАЧАЛА XIX в.	142
68. Смолененкова В.В. Москва МЕТОДЫ АМЕРИКАНСКОЙ РИТОРИЧЕСКОЙ КРИТИКИ.....	144

69. Смулаковская Р.Л. Череповец ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ И ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ГАЗЕТНОМ ТЕКСТЕ.....	145
70. Стрельников А.М. Нижний Тагил ДЖ. ЛАКОФФ О МЕТАФОРИЧЕСКОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ ВОЙНЫ В АМЕРИКАНСКОМ НАЦИОНАЛЬНОМ СОЗНАНИИ.....	147
71. Соловьева И.В.Тюмень РЕЧЬ РИХАРДА ФОН ВАЙЦЕКЕРА В НЕМЕЦКОМ БУНДЕСТАГЕ 8 МАЯ 1985 Г. К 40 ГОДОВЩИНЕ ОКОНЧАНИЯ ВОЙНЫ.....	149
72. Сурина А.В.Нижний Тагил СОВРЕМЕННЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ МЕМУАРЫ: ПРОБЛЕМА АВТОРСТВА.....	151
73. Суспицына И.Н. Екатеринбург ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕРМИНЫ В ОБЫДЕННОМ СОЗНАНИИ.....	153
74. Титова Е.Ю.Нижний-Тагил О СТРАТЕГИЯХ ПОДБОРА ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ПРАКТИКЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА.....	154
75. Тоноян Дж. Я. АРГУМЕНТАЦИОННОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В ПРЕДВЫБОРНОЙ КАМПАНИИ.....	156
76. Трегубова К.Б.Пермь ВОСПРИЯТИЕ РЕЧИ ТЕЛЕВЕДУЩЕГО МАССОВОЙ АУДИТОРИЕЙ.....	158
77. Харламова Т.В.Саратов ТЕКСТОВЫЕ НАРУШЕНИЯ В РЕЧИ ПОЛИТИКОВ	159
78. Чернова С.В. Киров ПАТРИОТ, ПАТРИОТИЗМ: СОВРЕМЕННОЕ СЛОВОУПОТРЕБЛЕНИЕ.....	161
79. Чернышова Т.В. Барнаул АНТРОПОТЕКСТ КАК ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЗИЦИИ АДРЕСАТА В СФЕРЕ ПУБЛИЦИСТИКИ.....	163
80. Черняк В.Д. Санкт-Петербург КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ПОЛЕ «ПЕТЕРБУРГ» В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ.....	164
81. Чубарова А.В. Пермь. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОРРЕКТНОСТЬ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ.....	166
82. Чудакова Н.М. Нижний Тагил МЕТАФОРЫ ИЗ СФЕРЫ «ПРИРОДА» В ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ.....	168
83. Чудинов А.П. Екатеринбург ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКЕ.....	170
84. Шаова О. А. Екатеринбург РОССИЙСКО-АМЕРИКАНСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В XXI ВЕКЕ ГЛАЗАМИ ФРАНЦУЗСКИХ СМИ: СМЕНА МЕТАФОРИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ.....	171

85. Шарафутдинов Д. Р. Екатеринбург НОВАЯ ЭТНОГРАФИЧЕСКАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ" И ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ПОДЪЯЗЫКЕ ПОЛИТИКИ.....	173
86. Шебалов Р.Ю. Екатеринбург ИНВЕКТИВНОЕ ПРОЗВИЩЕ И «ГРЯЗНЫЙ» PR: К ВОПРОСУ О ПОЛИТИЧЕСКОМ АБСУРДЕ.....	175
87. Шетэля В.М. Москва О НОВЫХ НОМЕНКЛАТУРНЫХ НАИМЕНОВАНИЯХ В ТЕКСТАХ ПОЛЬСКОЙ ПЕРИОДИКИ.....	177
88. Шинкаренкова М.Б. Екатеринбург РОК-ФЕСТИВАЛЬ «КРЫЛЬЯ»: ВЗРЫВЫ РЕАЛЬНЫЕ И МЕТАФОРИЧЕСКИЕ.....	178
89. Шишков Д.Ю. Удмуртия ПЕРЕВОД ОГРАНИЧИТЕЛЬНО-УСИЛИТЕЛЬНЫХ ЧАСТИЦ ALREADY, STILL В ПОЛИТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ.....	180
90. Шкатова Л.А. Челябинск ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ.....	182
91. Шмелева Е.Я., Шмелева А.Д. Москва ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЖИЗНЬ В ЗЕРКАЛЕ РУССКОГО АНЕКДОТА.....	184
92. Шмелев В.А. Москва МЭР СТАЛИНГРАДА: АНАХРОНИЗМ ИЛИ СЕМАНТИЧЕСКИЙ СДВИГ?.....	186
93. Бессонова Л.Е. Симферополь ПОЛИТИЧЕСКИЙ ТЕКСТ КАК СИСТЕМА.....	188
94. Володина М.Н. Москва РОЛЬ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ МИРА.....	189
95. Санцевич Н.А. Москва ВАРИАТИВНОСТЬ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ.....	191
96. Еремина С.А. Екатеринбург РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ ПОЛИТИКА.....	195
97. Попова Э.Ю. Екатеринбург КОММУНИКАТИВНЫЕ НЕУДАЧИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ТОК-ШОУ.....	198

МЕТАФОРЫ РЕВОЛЮЦИИ КАК СРЕДСТВО КАТЕГОРИЗАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКЕ (на материале работ Н.А. Бердяева)

Формирование понятия политической лингвистики совпадает с периодом возросшего интереса лингвистов к проблемам концептологии, категоризации, характеризующимся отказом от идеи детерминированности языка в его различных проявлениях. Исторические тексты, входящие в содержание политической лингвистики, имеют дело с изучением человечества и его судьбы в мире. Анализ данных текстов показывает, что они таят множество смыслов, рождаемых метафорами. Материал исследования – тексты научных монографий Н.А. Бердяева: «Русская идея. Основные проблемы русской мысли XIX века», «Судьба России. Опыты по психологии войны и национальности», «Духовный кризис интеллигенции». Выбор материала мотивирован тем, что Н.А. Бердяев писал о реально наблюдаемых им событиях, т.е. создавал у читателя впечатление соучастия в описываемых событиях, «проживания» их вместе с автором. Предметом исследования послужили метафоры **РЕВОЛЮЦИИ**, поскольку они являются «доминантными метафорами» (термин П. Рикера) исторических текстов. Целью изучения данного вида метафор является намерение на основе факторов внутренней логики развития понятия революции, а также конкретного временного пространства исследовать возможности метафоры как средства категоризации исторической действительности.

Понятие метафоры используется нами в широком смысле, как модель создания исторической действительности, основанная на познании, социальном опыте и культуре ее творца. Интерес к метафоре как средству категоризации мира возрос в постпозитивистскую эпоху, когда стали актуальными вопросы роста научного знания, его преемственности, динамики. Именно тогда метафоры стали называть «мостиками, соединяющими новые и старые теории» (С.Е. Никитина). Политическая лингвистика должна, по всей вероятности, основываться на том, что сила метафоры заключается в способности ломать существующую категоризацию для того, чтобы на развалинах старых логических границ строить новые (П. Рикер).

Метафору в качестве историографической категории исследует известный польский историк В. Вжосек [History-Culture-metaphor. The Facets of Non-Classical Historiography. Poznań, 1997]. Он исходит из того, что исторические тексты не являются эпистемологически нейтральными, поскольку историческое описание по своей природе ан-

тропоморфично. Одним из признаков антропоморфизма является употребление метафор, которые создают свои собственные системы оценок. В этом смысле считаем возможным рассматривать метафоры **РЕВОЛЮЦИИ** в качестве историографических категорий, поскольку дискуссия исследователей истории о смысле революции по существу сводится к дискуссии о смысле метафор, моделирующих данное явление.

Анализ метафор **РЕВОЛЮЦИИ** позволяет выявить их изменяющуюся динамическую природу. Известно, что термин революция появился во французском языке в конце XII века со значением, восходящему к латинскому *revolutus* «вновь вращаться», или *revolutio* от *revolvere* «катиться назад». В XIX веке данный термин под влиянием Французской революции обрел прогрессивное значение, связанное с социальной революцией, которая изменила исторический процесс путем перехода от феодализму к капитализму и подавления аристократической монархии. Авторы метафоры **РЕВОЛЮЦИИ** трактовали ее как столкновение трех сил: либеральной элиты, крестьянства и духовенства.

Бердяев Н.А. стремился показать, что русская революция очень сложное явление, которое объединяет добро со злом, правду с ложью. Он определяет понятие революции как «честно сформулированную ложь», «добросовестно обнаруженную гниль», «подведение итогов разложению». Содержание рассматриваемого понятия полностью изменилось по сравнению с исходным. Идея прогресса перерождается у Н.А. Бердяева в понятие «внутреннего социального дефекта», «опасной болезни», «недуга», который нужно вскрывать и лечить. Н.А. Бердяев отвергает понятие революции, основанное на классах. В его представлении, модель метафоры **РЕВОЛЮЦИИ** состоит из трех блоков: идея – воплощение идеи (классы) – действие. Понятие идеи раскрывается при помощи таких метафор, как ложное направление, роковые ошибки, разгоряченная реакционными насилиями мечта, перемешивать с исторической ложью, беснование, озверение, обезумевшая воля, политическая алхимия, нигилистический яд, вымолить чудо, и др. Воплощение идеи революции описываются Н.А. Бердяевым при помощи следующих метафор: опьяненные стихией, дичают, лишаются разума, бесноватость, физиологический крик, физиологическое искажение лица, стихия хаоса и бесноватость и др. Понятие действия рассматривается при помощи таких метафор, как гнилостный процесс, разложение, отравляет трупным ядом народный организм, породила что-то дикое, внутренняя болезнь, мания разрушения, покрылась сыпью от болезни, обнаружилась гниль, органическое перерождение, вогнать болезнь внутрь, инфицируют атмосфе-

ру, заражают народную душу и др.

Андреева К.А.

Тюмень

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОНЦЕПТЫ В РОМАНЕ АЙРИС МЭРДОК "АЛОЕ И ЗЕЛЕНЕ"

Политическая лингвистика – название исследований новой научной области. Ее объектом, очевидно, становится лингвистическое представление о политике, т.е. деятельности, связанной с отношениями между различными социальными группами, с определением форм, задач и содержания деятельности государства как внутри страны, так и между нациями, этносами, государствами. Данная область имеет разные формы вербального представления. Ее основной единицей анализа будем считать политический концепт. Способы выражения политических концептов различны. Это могут быть слова, словосочетания, предложения, особые стилистические приемы (например, концептуальные метафоры), а также фрагменты текста. Особенно актуальны для выражения базовых политических концептов также специальные текстовые категории: субъективная модальность, оценка, точка зрения. Лингвистический механизм базовых политических концептов в политическом дискурсе особенно значим, т.к. выявляются одновременно позиции как адресата: эксплицируются "секреты" журналистского письма, "скрывающего" субъективные оценки, точки зрения; так и адресата, помогая объяснить широкой аудитории как именно происходит манипулирование общественным мнением. Последствия этого воздействия носят уже далеко не лингвистический характер, нередко определяя судьбы всего мира.

Политический дискурс наиболее часто представлен в текстах газет, политических выступлений, официальных документов. Одной из менее типичных форм его выражения является художественная литература. Миропорождение художественного текста весьма специфично. Силой своего воображения автор создает особый мир, включающий как отражение реальных событий и ситуаций, так и вымышленную жизнь. В сюжетно-фабульную канву, в характеристику героев могут вплестаться фрагменты, описывающие реальные политические фигуры и реальные политические события. Именно такие события представлены в романе ирландской писательницы Айрис Мэрдок "Алое и Зеленое". Это трагедия Пасхального восстания ирландцев против британских завоевателей, произошедшего в 1916 году в Дублине.

Базовые концепты этой части романа: война и мир реализуются в различных позициях и точках зрения, представленных в тексте. Так,

война, с точки зрения обиденного сознания представлена в моделях (М): М1: Война - горе; М2: Война - убийство; М3: Война - ужас; в то время как точка зрения защитников Ирландии реализуется в контрастивных моделях: М4: Война - радость; М5: Война - справедливость; М6: Война - освобождение Ирландии.

**Асмус Н.Г.
Челябинск**

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЕ

Обращение к человеку как естественной точке отсчета доказывает, что наш современник способен влиять на ход развития событий и истории в целом. Он активно участвует в формировании общественного мнения, подготовке различных проектов и законов, проведении выборов и референдумов.

Современное общество немисливо без использования новых информационных технологий и сетевых ресурсов "всемирной паутины" во всех сферах человеческой деятельности. Интернет стал той коммуникативной средой, где происходит обсуждение наиболее злободневных и актуальных проблем, которые демонстрируют динамическое представление человека о различных аспектах действительности.

Под новой формой общения - виртуальной коммуникацией - мы понимаем общение в сети Интернет, при котором создается особая модель реальности, характеризующаяся эффектом присутствия человека в ней и позволяющая действовать с воображаемыми и реальными объектами. Виртуальная коммуникация представляет собой комбинацию различных дискурсов (политического, профессионального, сетевого, языкового, бытового и др.) и имеет много общего с массовой коммуникацией, не совпадая с ней полностью.

Объектом нашего исследования является политический дискурс. В данной статье попытаемся выявить особенности и описать структуру политического дискурса. Основной иллюкативной целью текстов является оценка уже известных собеседникам событий или политической ситуации в стране и в мире. Политический дискурс объединяет множество тем, в которых происходит формирование открытой позиции гражданина своей страны, его политических взглядов и мировоззрения.

Перед нами – достаточно информированный и равнодушный ко всему происходящему вокруг субъект с твердыми жизненными устремлениями и активной гражданской позицией. В Интернет – дискурсе понятие "гражданин" определяется через отношение страны к своим гражданам: "уважение к личности своего гражданина", "нет

уважения к гражданам страны”, “наш гражданин”, “гражданское общество”. Принцип единения страны с народом, людей между собой выражается в использовании пословицы: “С чужими как хочешь – а за своих горой”.

Отличительной чертой политического дискурса является **оценочность**. Оценка дается как самим событиям, так и языковому выражению мыслей собеседников. Как правило, участники конференций четко выражают свое согласие или несогласие с мнениями других (“очень приятно прочитать ваш пост о русской армии”, “прочитал постинг Дениса и прослезился”, “я опять вам аплодирую”, “хорошо сказано”). Разграничение положительного и отрицательного отношения к событиям или чьему - то мировоззрению передается различными способами. Для выражения общего впечатления от высказывания коммуниканты используют глаголы с определенным семантическим наполнением (“я горжусь”, “лютой ненавистью ненавижу”, “не люблю”, “припомнишь нам все”, “буду терпеть”). Оценка конкретных фактов дается при помощи ярких эпитетов, клишированных фраз и метафор (“делать свою работу”, “слепая злоба”, “стала ближе и роднее”, “Великая страна”, “полное безразличие”, “маленькое болото”). Выбор емких, метких сравнений подчеркивает скрытую иронию над собеседником (“Вы кухню и постоянный двор противопоставляете храму”, “офисная барышня Катрин”, “бабушка Олбрайт”).

Легкий сарказм виден в комментариях точек зрения собеседников. Например, “Вы, если и служили, то, наверное, в стройбате, где вместо оружия выдают лопату”, “Хорошо Вы сказали про П.Ж. (Петра Жадного). То – то мне вся его “бизнес – успешность” не по нутру: конечная цель – улечься под пальму и ждать, пока банан в рот упадет. Скучен он, как газета “Труд” времен застоя”.

Другая характерная особенность политического дискурса – **четкое противопоставление категорий “свой” – “чужой”**. Оппозиция “свой” – “чужой” реализуется в виртуальном дискурсе следующим образом: пространство “своих”, но необязательно “таких же, как я”, имеет четкие границы. Любой “случайный” собеседник не приветствуется другими участниками общения (“сразу видно, что Вы именно сторонний”, “вот мы, евреи”, “не евреи”, “для таких, как Вы”, “люди вроде Вас”). “Свой” обладает подробной информацией и имеет четкую позицию по тем проблемам, которые обсуждаются в форуме, индивидуален, оригинален и соблюдает правила общения в сети. Не мало важным фактом является стиль общения и форма выражения мыслей. К “чужим” легко “приклеиваются ярлыки”. Например, “типичный брежневский партократ”, “Что касается роли жандарма, то США выполняет ее с начала “холодной войны”, “великие демократы ев-

реи". Интересно употребление категории отрицания для описания качеств, присущих пространству "своих" и отсутствующих в пространстве "чужих": "Я горжусь, что у правительства (Америки) хватает выдержки не отвечать бессмысленной и слепой злобой. И никто не кричит, что надо наказать весь мир. Я горжусь своими соседями, которые не бросились линчевать арабов и всех похожих на них. Они (пожарные и полицейские) не бьют своих граждан по головам резиновыми палками и не линчуют людей в лесу".

Следующая важная составляющая – **конфликтность**. Желание обратить на себя внимание, заставить других прислушаться к своему мнению рождает стремление к вычурности и оригинальности (в обоих значениях) языкового выражения ("Да и вы, я полагаю, пишете Тайбэй, а не Тхайпэй (это я о столице Тайваня, как Вы догадались)", "Поучитесь у своей русской интеллигенции бережно, уважительно относится к чужой культуре и языку"). Реакция многих участников непредсказуема, а во многих случаях неадекватна восприятию того или иного сообщения. Конфликтную фразу, возникающую как реакция на вопрос или утверждение собеседника, можно назвать конфликтогенном. Конфликтоген не отвечает на поставленный вопрос и не соответствует ожидаемой реакции собеседника. Например, "Я получаю десятки сообщений через ICQ со всего мира и ни одного злобного. – Зайди на форум Газеты.ру и подивись. Радуются не только Палестине. Нашлись люди, которые припомнили вам (Америке) все", "...Америка – это Великая Страна! За 200 лет своего существования они смогли добиться такого высокого уровня развития, что нам и не снилось, и не нам из своего маленького болота "ставить на вид" американцам. – Вы такой наивный чукотский юноша и верите всем тезисам американской администрации?" и др.

Бабаева Е.В.
Волгоград

ПАРТИЙНАЯ ПРОГРАММА КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО АНАЛИЗА

Категория ценности, изучение которой столь важно для лингвокультурологии, вариативно представлена в различных типах и жанрах дискурса. Специфика проявляется в количестве ценностей, их содержании и форме выражения. Интересным исследовательским объектом выступают тексты партийных программ, рассматриваемые как жанр политического дискурса. Отметим, что в своем исследовании мы опираемся на концепцию В.И. Карасика и Е.И. Шейгал, согласно которой дискурс трактуется как текст в ситуации общения, а суть политического дискурса выражается формулой "дискурс = подъ-

язык + текст + контекст".

Политическая программа как текст характеризуется рядом особенностей, которые связаны, в первую очередь, с ее формой и сферой функционирования. Подчеркнем, что мы преднамеренно ограничили материал анализа текстами, опубликованными (в соответствии со статьей 14 Федерального закона "О политических партиях") в "Российской газете" в 2001-2003 гг. Данные тексты являются вторичными и, как правило, частично воспроизводят оригинал, ограничиваясь основными положениями, однако они в полной мере показывают этнокультурную специфику, ориентируясь на максимально широкий круг реципиентов.

Текст программы тщательно готовится, окончательный вариант лишен единоличного авторства и является результатом деятельности коллектива. Он становится официальным документом после прохождения регламентированной процедуры. Газетная публикация несет черты перформативности, не просто информируя о целях и задачах партии, но и сопровождая процесс ее образования, выхода на политическую арену и законного вступления в борьбу за власть. Опубликованный текст является развернутой цитатой, не допуская искажений.

Функционирование в рамках масс-медийного дискурса обеспечивает широкое распространение и доступность, способствуя порождению новых текстов, комментирующих первичный. Письменная форма предъявления допускает многократное обращение и тщательный анализ текста. Указанные свойства позволяют говорить об информативной, оценочной и воздействующей (манипулятивной) функциях данных текстов. Одна из задач составителей программы состоит в привлечении сторонников и изменении их поведения в интересах партии. Это заставляет согласовывать внутригрупповые цели с ценностными установками потенциальных реципиентов, что сближает анализируемый жанр с рекламным дискурсом.

В качестве самостоятельных компонентов содержательной структуры текста партийной программы выделяются: 1) полное наименование партии; 2) краткое самоопределение путем провозглашения основной ценности, указания социальных групп, поддерживающих партию; 3) краткая характеристика положения в стране с обязательной негативной оценкой через перечисление недостатков, "антиценностей", противопоставление прошлому; 4) указание причин кризиса и конкретного виновника; 5) выделение основной ценности и главной цели; 6) интерпретация ценностей и целей, их конкретизация через описание приоритетов, идей, принципов деятельности, задач; 7) определение важнейших проблем и способов их решения, указа-

ние препятствий и путей их преодоления, источников силы партии; 8) выделение отличий партии от остальных; 9) заключение в виде обобщения, лозунга, подтверждающего готовность к борьбе и веру в успех, призыва вступить в ряды партии и поддержать ее. Большинство компонентов являются факультативными, но демонстрация ценностных ориентиров легко достигается в рамках любого. Только наименование партии, определение и объяснение ценностей, целей и задач можно признать обязательным. Эти компоненты представлены в каждой программе, для их реализации используется множество форм, наиболее частотными из которых являются: объяснение собственного понимания общечеловеческих ценностей, определение стратегии государственного развития, оценка внешней и внутренней политики правительства, обещание изменить положение в различных сферах. Отметим, что в каждой программе затронуты экономическая и социальная сферы, показано отношение к собственности и труду. Частотным является обращение к таким ценностям, как здоровье и семья, реже демонстрируется отношение к религии, к другим народам. Признание ценности жанрообразующим фактором объясняет тот факт, что несмотря на нежелательность эксплицитного выражения истинных ценностей и целей в политическом дискурсе, в ряде программ они открыто названы - это борьба за власть. Сопоставление программ показало, что главными ценностями провозглашаются человек, его права и свободы, закон, справедливость, сильное государство. Важнейшими нормами признаются закон и народовластие. Основная цель видится в гуманизации общества и возрождении России. Большинство номинантов ценностей в текстах совпадает, позволяя максимальному числу реципиентов идентифицировать их как собственные. Отличия проявляются в расстановке приоритетов, расположении, интерпретации, контекстном окружении.

Итак, текст партийной программы представляет собой самостоятельный жанр, имеющий собственную территорию в современной лингвокультуре. Он функционирует на пересечении нескольких институциональных дискурсов: политического, масс-медийного, делового и рекламного. Его главными функциями являются информативная, оценочная и манипулятивная. Текстам партийных программ присуща индивидуальная комбинаторика факультативных компонентов с обязательным указанием ценностных приоритетов. Определяющим при выборе языковых единиц, построении содержания и оформлении текста будет поиск баланса между информативностью и оценочностью, групповыми и этнокультурными ценностями, эксплицитностью и имплицитностью их представления.

ОППОЗИЦИЯ СВОЙ-ЧУЖОЙ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Структурирование социума путем построения оппозиции *свой-чужой* имеет давние социокультурные традиции. Политическая ситуация в России конца 80-х – начала 90-х гг. способствовала актуализации этой семантической оппозиции. Так, репортаж известного тележурналиста А. Невзорова о событиях в Вильнюсе в 1991 г. был назван *Наши* (заголовок относился к советскому ОМОНу, жертвами которого стали жители литовской столицы). Наблюдения показывают, что категория *свой круг* является одной из базовых когнитивных категорий в политическом дискурсе. Ее продуктивность объясняется гибкостью, удобством и простотой в плане манипуляции сознанием.

Основными концептами этой категории являются противопоставленные единицы *свой-чужой*. Для их речевой реализации используются следующие приемы:

1. Идентификация, которая строится по модели А есть В. Разграничение *своих* и *чужих* происходит на основе символов Добра и Зла, соответствующих модели мира говорящего. Напр.: *Вначале мы с ним были союзниками. Я поддерживал его инициативы, связанные с приватизацией. Но... приватизация, проводимая господином Чубайсом, преследовала не экономические, а политические цели. ...И тогда я ему сказал: Отныне вы – мой идейный враг. Мы с Чубайсом – полные антиподы* (из интервью с Ю. Лужковым, КП, 22.10.97).

2. Сближение по свойствам (атрибуция), которая базируется на модели А обладает свойством В. Через указание на признаки, присущие объекту, устанавливается его сходство с концептами *свой – чужой*. Этот прием обладает большой убеждающей силой, поскольку вывод об идентификации объекта имплицитно: его доверено сделать самому адресату, а всякое знание, добытое собственными усилиями, осознается как свое, личное. Так, А. Чубайс в интерпретации Ю. Лужкова является носителем следующих признаков: участник беспринципной борьбы за власть, писатель, пренебрегающей общественной реакцией, рвач, хам, неопытный теоретик-монетарист, радикал, приверженец революционных скачков, гробовщик, собирающийся похоронить Россию. По сумме признаков личность А. Чубайса в данной публикации близка к классическому образу врага.

О. Кучкина характеризует бывшего вице-премьера иначе: *Интересно, зависит ли от цвета волос, кожи и наличия веснушек наличие выдающегося ума и таланта? Рыжие с веснушками – Бродский, Плисецкая, Чубайс.... Да ведь и вышел не на балетную сцену – ...на самый верх политики. Горе – уму. Чубайс один такой сегодня – во*

благо стране и ее населению (КП, 22.11.97). По совокупности положительных признаков Чубайс неминуемо должен быть опознан как свой.

3. Стереотипизация, актуализирующая ассоциативные связи по модели А имеет отношение к В, где В – концепт, опосредованно связанный с символами Добра либо Зла. Напр.: *...губительный курс реформ, навязанный России еще правительством Гайдара, продолжает и правительство Касьянова* («Родина»). Е. Гайдар – символ непопулярной экономической политики начала 90-х гг., правительство – кучка людей, противостоящая здравомыслящему большинству, олицетворяющему Народ. Следовательно, иметь отношение к Гайдару и правительству – значит быть чужим.

4. Установление ассоциативных связей (часто по второстепенному признаку) лежит в основе техники «навешивания ярлыков». В этом случае в основу наименования кладется какой-либо частный признак объекта. Так, например, молодые реформаторы в российском правительстве называются то выпускниками Кембриджа (прозападная ориентация – признак чужих), то мальчиками в розовых штанишках (не соответствующая их положению молодость и сопутствующая ей незрелость имплицитно противопоставлены мудрости стариков). Основой «ярлыка» может стать и звуковая форма слова (прием паронимической аттракции: *демократы – дерьмократы, приватизатор – прихватизатор*).

Речевое воздействие, рассматриваемое в аспекте когнитивных процессов, связано не только с установлением желательных ассоциаций, но и с блокировкой нежелательных. В этом случае имеют место процессы, по своей цели противоположные отождествлению, атрибуции, стереотипизации и «навешиванию ярлыков». Ср. высказывания Ю. Лужкова и О. Кучкиной. Ю. Лужков: *Черномырдин и Чубайс – мало совпадающие персоны. Мы с Чубайсом единомышленники разве что в стратегии рыночных преобразований. Мне искренне жаль ... Казакова. Думаю, он случайно попал в этот коллектив. О.Кучкина: Жаль, что он вдруг повел себя так, будто виноват.... До суда нельзя было поддаваться на шантаж и подлянку.... Жалко, что мы страдаем, что у нас нет и близко возможности похожих гонимых. Но ведь у нас и похожий – безумной по сложности – работы нет. Ах, Чубайс, Чубайс! Лучше б вы сжевали бумагу, на которой писали тексты. Впрочем, не будь книги, накопили бы что-нибудь другое.*

Рассмотренные типы ассоциативных зависимостей используются для эффективного манипулирования умозаключениями реципиента. Понятно, что включение объекта высказывания в концепт свой слу-

жит речевой стратегией оправдания (превознесения), включение в концепт *чужой* – дискредитации. Разграничение *своих* и *чужих*, создание образа МЫ-группы через очернение противника – достаточно традиционный прием политической борьбы. Стратегия дискредитации может быть рассмотрена в рамках глобальной стратегии в области речевого воздействия, которую можно обозначить как «игру на понижение» (downplay, по Ларсену).

Басовская Е.Н.
Москва

СТАРЫЕ ИМЕНА – НОВЫЕ СМЫСЛЫ.
СОВЕТИЗМ КАК РИТОРИЧЕСКОЕ СРЕДСТВО
(на материале журнальных заголовков 2002-2003 гг.)

На протяжении последних лет отечественная журналистика ищет новый стиль. Поиски начались с отрицания дискредитированного опыта советских средств массовой информации и стремления выработать принципиально иной тон общения с аудиторией. Подчеркнутая официальность советской прессы, радио и телевидения закономерно сменилась стилистикой дружеской беседы (а нередко и болтовни), а безусловная серьезность уступила место всеобщей шутовности. Несмотря на разнообразие сегодняшних российских СМИ, значительная их часть представляет собой парадоксальное стилистическое единство. Как указывает Е.А. Земская, в основе такой общности лежит склонность самых разных авторов к речевому ёрничеству, или стёбу.

Одно из важнейших средств иронии – обыгрывание речевых примет советского периода (отдельных слов и устойчивых словосочетаний). Их ёрническое переосмысление сродни разрушению памятников, переименованию улиц и другим актам демонстративного отказа от идеологии ушедшей эпохи. В то же время регулярное повторение старых штампов, пусть даже в комически трансформированном варианте, затрудняет освобождение языкового сознания от их влияния. В этом смысле показательна стилистика заголовков печатных СМИ.

Заголовок занимает особое место в тексте, одновременно выполняя как минимум две функции: сигнальную (привлекает внимание читателя) и информативную (дает представление о предмете публикации). Кроме того, заголовок настраивает аудиторию на определенную эмоциональную тональность. Поэтому анализ заголовков позволяет сделать выводы относительно современных тенденций развития публицистического стиля русского языка.

За годы существования советской власти лексический фонд русского языка претерпел существенные изменения. Советские идиомы активно используются СМИ: «Ревизия общепита»; «Укрупнение колхозов»; «Диссидент бен Ладен давно лишен гражданства»; «Американский Главлит». Все перечисленные советизмы употреблены в заголовках метафорически и несут значительную смысловую нагрузку. Например, словосочетание «Американский Главлит» настраивает постсоветского читателя на негативное восприятие тех структур американского общества, которые уподоблены советской цензуре.

Для сегодняшней прессы советский речевой штамп – один из важных источников выразительности. Они служат привычной (а следовательно, привлекательной) упаковкой для нового содержания и создают комический эффект, когда их внутренний пафос вступает в противоречие с тематикой и тональностью статьи. Журналист, как правило, изменяет слово в составе фразеологизма или дополняет конструкцию одним элементом: «Коррупции – всенародную заботу!»; «Врач народа»; «Подготовка народных чаяний»; «Туризм для служебного пользования»; «Посредники в белых халатах».

Исключительной популярностью пользуется у публицистов советский речевой штамп «битва за...» – патетическое обозначение борьбы за что-либо труднодостижимое. Эта конструкция встречается и в своем первоначальном варианте – «Битва за урожай», и в преобразованном: «Битва за помойки»; «Битва за телефон». Так, возрождая благодаря иронии выразительность старых штампов, современные журналисты постепенно формируют штампы новые. Даже сама тотально-ироническая стилистика постепенно становится метатекстовым клише постсоветской публицистики.

В журналах используется немало заголовков, представляющих собой намеренно искаженные цитаты из классических советских текстов. Специфика использования заголовков такого типа в современных журналах заключается во всепроникающей ироничности цитирования. Она особенно ощутима, когда в качестве исходных текстов используются литературные произведения, исполненные революционного пафоса: «Эволюционный держите шаг» (ср.: «Революционный держите шаг!» – призыв из поэмы А.А. Блока «Двенадцать»); «Орел нерушимый» (ср.: «Союз нерушимый республик свободных...» – начало текста гимна СССР, написанного С.В. Михалковым; именно ему посвящена публикация); «Кепки бы делать из этих людей» (ср.: «Гвозди б делать из этих людей...» – строка из «Баллады о гвоздях» Н.С. Тихонова (1919-1922)).

В приведенных примерах журналисты прибегают к лексическим

приемам снижения, дискредитации пафоса: прилагательное «революционный» заменяется созвучным антонимом «эволюционный»; рядом с упоминанием юного героя мальчишка оказывается стилистически сниженная, негативно оценочная конструкция «с приветом»; символически насыщенный образ гвоздей сменяется подчеркнуто бытовой, приземленной кепкой. Заголовок «Орел нерушимый» приобретает комический характер и в силу смысловой несовместимости элементов, и потому, что статья посвящена автору слов советского гимна – С.В. Михалкову.

Ироническое обыгрывание советизмов можно отнести к числу действенных орудий завоевания печатными СМИ взрослой интеллигентной публики. С неизбежной сменой поколения читателей советизмы перестанут быть востребованы в качестве риторического средства. Сегодня же их обилие на журнальных страницах свидетельствует о трудном и медленном расставании общества со своим прошлым.

Беглова Е.И.
Стерлитамак

АССОЦИАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ОСНОВА МЕТАФОРИЧЕСКОГО ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЯ НАЗВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ

В наше время политические факты, события и т.д. освещаются в письменной и устной публицистике образно, так как преследуется цель – воздействовать не только на чувства, но и на разум адресата текста. При этом высока частотность использования концептуальных метафор, при восприятии которых адресантом текста важны пресуппозиции общего фонда знаний. Рассмотрим фрейм понятийного поля «*Политика*» - «*политическая партия*», но не с точки зрения моделей, а с точки зрения семантических отношений между элементами самого слова «*партия*», то есть его первичного значения, и семами ее номинаций (на примере одной партии).

Многопартийная система постсоветской эпохи не сразу становится интеллектуально доступной для социумов, поэтому лидеры партий стараются выделить свою, используя различные экстралингвистические (выступления, встречи) и лингвистические приемы. Журналисты становятся популяризаторами не только названий партий, но и имен их лидеров, а также политических воззрений. Рассмотрим ассоциативно-образные компоненты значения слова «*партия*». Лексема вызывает у языковой личности семантические ассоциации первичного плана: *партия* – группа людей, объединенная общими интересами, - что является узуальной семантикой этого слова. Семему «*партия*» можно представить следующими узуаль-

ными семами: 1) группа людей, 2) общность политических взглядов, 3) официальное признание, 4) роль в обществе. Эта узусальная семантика связана с когнитивным аспектом языка. Неузусальная семантика слова *партия* и ее *номинации*, складывающаяся в современной публицистике, обусловлена метафорическими и метонимическими переосмыслениями, которые перерастают в символы или, наоборот, символы снижаются до метонимий, метафор как индикаторов общественной эмотивной оценки конкретной политической партии. Рассмотрим трансформацию номинации одной партии – партии «Единство», лидерами которой являются В. Пехтин, В. Резник, С. Шойгу. Номинация метафорична: **единство** – *сила, мощь* (пресуппозиция **в единстве** – *сила*). Эмблемой партии «Единство», то есть *символом*, является *медведь* – метафора, осуществляющая характеристику партии. **Медведь** – *воплощение силы, могущества*.

В публицистических текстах номинация партии разворачивается в метафору «Единство» – «Медведь», например, заголовок: *Этот «Медведь» не впадает в спячку ни летом, ни зимой* («Рос. газета». 8.09.2000. С. 10). Метафорическое обозначение партии «Единство» основывается на языковом и неязыковом ассоциативном потенциале семемы *медведь* и пресуппозиции (*зимой медведи впадают в спячку, все остальное время активны, бодрствуют*). Метафора ориентирует адресата на моделирование текста, выражающего мнение о деятельности названной партии. В самом заголовке имплицитно положительная оценка деятельности партии (речь в тексте идет о состоявшемся заседании Политсовета партии «Единство»). В заголовке наблюдается прием языковой игры – метонимический перенос: изображение медведя-животного на эмблеме партии → члены самой партии. Далее разворачивается метафора: *партия* → номинация «Единство» → эмблема-символ «Медведь» → *партия* → метафора «Медведь». Символ «медведь» ассоциативно переключается на метафорическую номинацию партии, имплицитную сему *могущество и сила*.

Субъекты политической деятельности становятся участниками игры, которая проявляется на когнитивном и культурологическом уровне: когда партия «Единство» получила статус официально зарегистрированного движения и министр юстиции Юрий Чайка вручал удостоверение лидеру движения Сергею Шойгу, то последний подарил Юрию Чайке *деревянного медведя с самоваром* – сувенир, обозначающий эмблему движения (НТВ. «Новости». 23.03.2000).

Таким образом, политический фрейм – официальное признание и представление политической партии – строится на привлечении паралингвистических средств, но ассоциативный потенциал русского

человека, обусловленный едиными знаниями о мире, способствует закреплению знания о партии, но в неофициальном языковом оформлении, метафорическом: – «*Медведь*». Более того, как устная, так и письменная публицистика популяризируют именно метафорическое обозначение партии «Единство». В изложенной истории номинаций – официальной и неофициальной – мы наблюдаем синтез знаний пресуппозиций языкового и неязыкового планов, знания стереотипов политической коммуникации (партия – лидер партии – политические воззрения) и знания о политической игре, которая непосредственно связана с языковой игрой, являющейся в данном случае приемом привлечения внимания и пропаганды взглядов. Приведенный лингвоанализ неофициальной номинации партии «Единство» и соотношение ее с официальной номинацией подтверждает последнее, и это не единичный случай. Например, номинация партии «**Яблоко**» - фонетическая оболочка вызывает языковые ассоциации с узуальным словом со значением «*фрукты*». Совмещение узуального и незуального (омонимичного) значений – это прием ЯИ, отражающий стремление сторонников партии запечатлеть и выделить из множества одну, свою, партию, название которой образовано путем сокращения фамилий лидеров партии: *Явлинский (Я)*, *Болдырев (Бл)*, *Лукин (Лк)*. Эксплицируется сознательная установка на фонетическое совпадение сложносокращенного слова с узуальным *яблоко* и появляется эмблема-символ – изображение яблока. Оба слова, и *медведь* и *яблоко*, вызывают соответствующие ассоциации, которые положены в основу метафорического переноса: 1) *сила, могущество*; 2) *сочный вкусный плод*. В итоге в названиях партий имплицруется на языковом уровне положительная этическая и интеллектуальная оценки.

Метафорическое обозначение политических явлений – это один из продуктивных способов обогащения политической лексики русского языка на современном этапе.

**Белозерова Н.Н.,
Тюмень**

ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА В ПЬЕСАХ ШЕКСПИРА

Шекспир принадлежит к тем авторам, в чьих работах в синкретическом единстве проявляется метафорическое и метонимическое представление действительности. Метафоро-метонимические выражения Шекспира живут на бесчисленном множестве концептов, лежащих в основе метафорического соотношения явлений действительности и их метонимической конкретизации в дискурсе. Одной из самых распространенных шекспировских метафор является политическая метафора, которая на уровне поверхностного выражения не

всегда распознается как политическая, поскольку и область-источник и область-цель каждой из них представляют собою концептуальные образования, лежащие вне пределов политики.

Одной из основных политических проблем Возрождения, которые нашли отражение в произведениях Шекспира и закрепились метафорически, является *свержение законного монарха и узурпация власти*. Этот мотив образует тематическое ядро таких хроник, трагедий, и даже комедий как Ричард III, Ричард II, Юлий Цезарь, Гамлет, Король Лир, Макбет, Буря.

Мотив узурпации власти представлен в этих пьесах с трех точек зрения. Эти точки зрения реализуются через реплики трех структурно однотипных персонажей, а именно *узурпатора, потерявшего власть (или сына/дочери потерявшего власть) и придворного*. По своей семантике эти функции совпадают с функциональной системой Дюмезиля, с той лишь разницей, что функция придворного в некоторых случаях может реализовать все три составляющие Дюмезилевской триады. Сами функции персонажей являются подвижными, т.е. придворный в некоторых случаях может стать королем (Ричард Глостер, Болинброк), а узурпируемый (или его дочь/сын) могут лишиться власти или жизни узурпатора (Гамлет, Король Лир, Просперо), однако речевое поведение передает типологическую доминанту персонажей.

Предварительный анализ двух из перечисленных выше хроник-трагедий показал, что политическая метафора в хронике Ричард III восходит к следующим областям-источникам и слотам: *мир диких животных, мир благих животных болезнь, экономическая деятельность, природа, кораблекрушение, буря, Библия, неуправляемая упряжка лошадей, тягловое животное, незрелый мир, тело человека и его функции (метафора себя), карнавал, скотобойня, золотой век + ярмо, дерево, дающее плоды, представление о свойствах времени, мир забот, яд, деятельность человека, урожай*. Очевидно, что, что такие области, как экономическая деятельность, природа, кораблекрушение, яд представляют собою концепты эпистемы возрождения. Область-источник «буря» является доминантной для всех пьес Шекспира, остальные области, например, *болезнь, мир животных, тело человека* восходят к более древним концептам, в частности, к зоантропоморфному мифу, когда человек пытался объяснить устройство мира, проводя аналогии с собой (Вико). Исследования в области современной политической метафоры школы А.П. Чудинова показывают, что все перечисленные выше области-источники и слоты лежат в основе современной политической метафоры.

Если мы сравним эти области с концептуальными областями в

трагедии Ричард II (*стихии, буря, мир драгоценных камней, имя, слово, болезнь, колодец, дерево, дающее плоды, мир природы, священный сосуд, реликвии, ничто, пустота, дом (разрушенный), плуг, мир хищных животных, мир птиц мир музыки, музыкальный инструмент, тюрьма, невежество, родной язык, паломничество, экономическая деятельность-фермерство, родовая деятельность, переедание, Эдем, крепость, материнское чрево и др.*), то должны отметить, во-первых, определенную эстетизацию концептуальных областей, а во-вторых выдвижение на первый план концептуальной области СЛОВА. Такая доминанта полностью соответствует эпистеме Возрождения, в рамках которой *слово, экономическая деятельность и добро* тождественны.

Для трагедии Ричард II характерна высокая степень интертекстуальности, причем Библия, что наблюдалось уже в трагедии Ричард III, представляет собой отдельную концептуальную сферу со множествами слотов.

В трагедии Ричард II можно наблюдать явление «оборачивания метафоры». На этом приеме построена вся сцена низложения короля-поэта.

Все вышеперечисленные области-источники у Шекспира представлены через словоупотребление всех выделенных нами типов персонажей (узурпирующий власть, теряющий власть, придворный). Различия просматриваются на уровне дискурсивной метафоризации в коннотативных характеристиках областей-целей. Отметим, что основным механизмом дискурсивной метафоризации (и деметафоризации) у Шекспира является игра смыслами (pun) и одновременная реализация всех значений одного слова.

Бушев А.Б.
Тверь

СИНТАКСИС РЕЧИ КАК СРЕДСТВО ПРОБУЖДЕНИЯ РЕФЛЕКСИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Роль синтаксических фигур, описанных еще в античных риториках, важна в связи с пробуждением рефлексии над содержанием и смыслами текста при понимании текста. Работы такого рода немногочисленны (И.В. Арнольд, В.А. Кухаренко, Ю.М. Скребнев, Г.И. Богин, Н.Ф. Крюкова, Н.В. Нефедова).

В риторической концепции Ю.В. Рождественского данная проблематика обсуждается в терминах логоса и пафоса. «Переход пафоса в логос – словесное воплощение замысла, осуществление речевой коммуникации, когда создатель речи выразил замысел своего изобретения, а получатель речи достаточно понял этот замысел и смог дать ему оценку» [Рождественский 1997: 231]. Ю.В. Рождест-

венский видел особенность риторического анализа в том, что исследуя речевое выражение, риторика стремится выделить то, что может характеризовать данную речь и только ее. При этом подчеркивается, что «в риторике анализ приемов, примененных в данном тексте, служит уяснению содержания текста, а в стилистике служит материалом для проведения сравнений в кругу подобных анализов и типизации текстов по результатам сравнений» [Рождественский 1997: 236].

Элементы, непосредственно входящие в орбиту нашего рассуждения о синтаксисе в связи со смыслом – фигуры. О них Ю.В. Рождественский писал: «Риторические фигуры речи служат разработке доводов и их соединению, а также созданию эмоционального впечатления» [Рождественский 1997: 255].

В синтаксисе лучших ораторских речей, вошедших в неориторической традиции в хрестоматию литературного творчества имеется своя специфика: And so, my fellow Americans: ask not what your country can do for you – ask what you can do for your country. (J. F. Kennedy 1961)

Почему запоминается это обращение Кеннеди к американскому народу в день инаугурации? Если обсуждать это в риторических терминах, то повинны здесь идея (инвенция), использование топа, пафос и этос речи, и, наконец – логос речи, ее элокуция - повелительное наклонение, обращение к слушателю, параллелизм. В политических речах часты использования синтаксических риторических фигур, делающих определенные сентенции особенно запоминающимися: Let us never negotiate out of fear. But let us never fear to negotiate. (J. F. Kennedy 1961); Mankind must put an end to war or war will put an end to mankind (J. F. Kennedy 1961)

Продемонстрируем роль синтаксических фигур в опредмечивании неявно данных смыслов текстов. When power leads man toward arrogance, poetry reminds him of his limitations. When power narrows the areas of man's concern, poetry reminds him of the richness and diversity of his existence. When power corrupts, poetry cleanses. For art establishes the basic human truths which must serve as the touchstone of our judgement. (J. F. Kennedy 1963)

В вышеприведенных строках с использованием параллелизма и подчинительной связи с when (означающим в то время, как или когда) мы видим изящную антитезу власти и поэзии, ведущую к высшей точке суждения (When power corrupts, poetry cleanses), после чего следует объяснение данного тезиса, исходя из собственного опыта представлений.

В публицистическом тексте с художественным логосом ратора (в условиях присущего им взаимодействию особенностей разных функ-

циональных стилей с целью создания различных специфических стиливых эффектов) синтаксису присущ большой размах варьирования. Приведем некоторые показательные примеры:

- **Роль цепочки эпитетов в выражении мысли:** No power on earth, however, can abolish the merciless class distinction between those who are physically desirable and the lonely, pallid, spotted, silent, unfancied majority (Джон Мортимер, английский романист, драматург, юрист)

- **Роль цепочки номинаций**, причем не обязательно в составе структуры односоставных номинативных предложений: Fifty years on from now, Britain will still be the country of long shadows on county cricket grounds, warm beer, invincible green suburbs, dog lovers, and – as George Orwell said – old maids bicycling to Holy Communion through the morning mist (Джон Мейджор об Англии в речи к Conservative group for Europe)

- **Роль порядка слов, тема-рематических отношений и выделения:** What obsesses a writer starting out on a lifetime's work is the panic-stricken search for a voice of his own (Джон Мортимер). Существенной особенностью сложного подлежащего в данной фразе является эмфаза.

Отметим, что среди формальных средств различения темы и ремы исследователи называют такие структурные элементы языка как порядок слов, просодику, конструкции сравнения, вводные частицы (introducers), артикли и другие детерминирующие слова, интенсифицирующие частицы.

- **Роль графического и смыслового выделения, просодики фразы:** Europe has never existed. It is not the addition of national sovereignties in a conclave which creates an entity. One must genuinely *create* Europe.

Бушев А. Б.

Тверь

ЯЗЫКОВЫЕ ФЕНОМЕНЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

На важность языковых факторов, языковых феноменов в структуре дискурса обращают внимание и представители герменевтики (Хайдеггер, Гадамер), и представители социального конструктивизма, столь распространенного на североамериканском континенте. При желании можно проследить истоки этих взглядов в философии Платона, Гумбольдта, немецких романтиков, Вайсгербера. В настоящей статье представляется необходимым представить некоторые примеры роли некоторых языковых феноменов как факторов социально-политического дискурса.

1. **Клише и штампы политического дискурса.** В идущем в фи-

логической науке от Я. Мукаржевского понимании актуализации и противостоящей ей автоматизации (стереотипии) еще не написана главная глава. В исследовании специфики массовой коммуникации (тексты политических выступлений), языковых средств информации и убеждения, рассчитанных на массовую аудиторию, в условиях важности сжатого представления информации и воздействия на слушателя, отсутствия возможностей контекстуальных предпочтений, подготовки и обдумывания выявляется специфика стилеобразующих факторов такого дискурса [Арнольд 2002: 343-344]: стереотипии в номинации.

Так, например, современный внешнеполитический дискурс изобилует штампами типа: «эскалация напряженности», «распространение конфликта», «вмешательство во внутренние дела суверенных стран», «политические осложнения», «мировое сообщество», «переживать переходный период на пути экономической и социально-политической модернизации», «демократизация политической и общественной жизни», «перевести конфликт в стадию динамической стабильности»...

Клишированность может опозлить и высокие идеи: «красногалстучная детвора», «овощной десант», «детище Октября», «революционный авангард рабочего класса», «мирный атом (=АЭС)», «величественная красота побед социализма», «следуя велению народа», «вдохновитель и организатор великих побед», «сияющие высоты коммунизма», «внуки Ильича (=октябрюта)», «гениальный вождь и учитель», «знаменосец прогрессивного человечества (о советском народе)», «путеводная звезда (о марксистско- ленинской теории, о программе партии)», «бесстрашный борец за счастливое будущее (о К.У. Черненко)», «беззаветно служить делу Ленина». Пафосность не воспринимается, если она в разладе с действительностью. «М.С. Горбачев беззаветно служит великому делу Ленина, интересам трудового народа,» – писали советские газеты в 1985 году. «Беззаветно преданные делу революции пламенные борцы за светлое будущее рабочего класса,» - писалось о членах ЦК КПСС 90-х годов.

2. **Аксиологическая лексика.** Так, журнал «Государство и право» за 1936 год пишет о «крайне неблагоприятном положении на правовом участке теоретического фронта», «орудовавших здесь врагах народа, контрреволюционных вредительских теориях. Фирменными аргументами выступают троцкизм, шпионаж. Провинившиеся работники этого фронта – предатели, наймиты, заговорщики – раскаиваются в своей разоблачительной работе, вражьих попытках отклонения от генеральной линии.

Роль стереотипии (клише, штампы) и оценочности (аксиологиче-

ская лексика) в реализации воздействия несомненна. Предвзятость суждений, штампы и стереотипы мышления и речи, эмоциональная вербовка на стандарт – существенные риторические результаты работы этих стилеобразующих факторов.

Нельзя не заметить, что **частые повторы и варьирование определенных слов и сем** (например, counterterrorism, global campaign) сами по себе создают стойкую картину приемлемости информации, отождествляются с определенным автоматизмом восприятия. Распевание на разные лады одного и того же – стойкая и эффективная техника внушения [Бушев 1999].

С автоматизацией сближаются представления о **словесном камуфляже цинизма в политическом дискурсе, процессах эвфемизации и перифразирования**, смысловых акцентеах. активно затрагивающих публицистическую риторику. В самом деле, стара кантовская идея о том, что, смотря в лужу, один видит грязь, другой звезды, и каждый это свое явление и называет. Вот здесь и проявляется важность именования, особенно в дискурсе, затрагивающем политическую проблематику. “Prisoners”, “captives”, “hostages”, “rebels”, “terrorists”, “bandits” – эти слова применяются в отношении одних и тех же, но далеко не взаимозаменяемы. В самом деле, то, что военные называют «law of armed conflict» активисты прав человека называют «international humanitarian law». Вспомним замечательные эвфемизмы: «принять меры», «план мероприятий», «чрезвычайный меры», «высшая мера социальной защиты», «elimination of unreliable elements», “transfer of population”, “rectification of frontiers”, “pacification”, «гуманитарное вмешательство», «ограниченный контингент», «зачистка», «контртеррористическая операция», «пятая графа». Многочисленны примеры эвфемизмов и недомолвок в военно-публицистическом дискурсе: «peace enforcement operation», “peacekeeping effort”, “ethnic cleansing”, “prisoners”, “hostilities” и т.д.

3. Сложность дефинитивности терминов в политическом дискурсе: «антитеррористическая операция», «гуманитарная катастрофа», «этнический геноцид», «демократические институты», «правовое государство», «гражданское общество», «квазидемократический режим», «имитационная демократия», «новое мышление», «общечеловеческие ценности», «санитарный кордон», «мироустанавливающие операции», «постконфликтное урегулирование».

Семантика, толкование терминов оставляют возможность на-полнения явления своими смыслами.

Конъюнктурность штампа – повод для размышлений: «полная закрытость экономики», «круговая порука», «мафия», «коррупция»....
Банальность метафоризации – феномен из ряда обсуждаемых:

«высоко нести знамя ленинской внешней политики», «битва за хлеб», «битва за урожай», «битва за светлое будущее», «классовые битвы пролетариата», «солнечные дали коммунизма», «государство-изгой», «ось зла».

Политическая корректность в гендерном, расовом, возрастном, личностном, имущественном, профессиональном аспекте, лакировка действительности, смягчение или отвлечение внимания от истины вызывают выработку оптики по прочтению, столь нужную науке и социальной действительности.

Ведерникова О.В.
Коми

МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ ЭТНИЧЕСКОЙ МОБИЛИЗАЦИИ

В современной социально-политической действительности на протяжении двух последних десятилетий заметным стал феномен этнической мобилизации, отличающийся многоаспектностью. Под «этнической мобилизацией» понимаются разные формы этнической активности, направленные на изменение положения этнической общности людей, сохранение и укрепление ее целостности, на трансформацию негативных чувств в позитивные титульных народов республик по отношению к собственной этничности. [Губогло М.Н., Чагилов В.Р., Червонная С.М., Солдатова Г.У.]

Культурная обусловленность этнической мобилизации возникает из самой природы этничности: её ядро составляют базовые культурные ценности этноса. В процессе этнической мобилизации развиваются политические убеждения, актуализируются особенности этнического сознания, формируется этническая идентичность, в результате чего возрастает интерес к этнокультурной проблематике. На практике феномен этнической мобилизации проявляется в стремлении коренных народов республик к самосохранению и национальному возрождению на основе этнокультурных традиций, в поисках выхода из кризиса этничности в культурологической стратегии мобилизации, создании этнополитических и этнокультурных объединений. Значительное влияние на формы этнической мобилизации имеют фундаментальные компоненты народной культуры (мифология, язык, фольклор, этнография, историческая память), что позволяет выделить для рассмотрения межкультурный аспект.

В Республике Коми формами этнополитической и культурной консолидации стали общество «Коми котыр», «Комитет возрождения коми народа», «Съезд коми народа», «Всероссийский съезд финно-угров», «Всемирный конгресс финно-угров», этнопедагогические и этнокультурные центры. Политическая мобилизация коренного этноса республики строится вокруг сохранения базовых ценностей - язы-

ка и этнокультуры (в области образования манифестируется в разработке и внедрении национально-регионального компонента), укрепления связи с родственными финно-угорскими народами, развития межнационального общения в регионе. Пафос этнической мобилизации выражается в политической символике, в современном искусстве (литературе, живописи, графике, скульптуре, театре, музыке) выступающими символами этнического самосознания средствами. Система символов (знаки народной этики, образы и сюжеты, изобразительные стили, орнаментальные и каллиграфические узоры, герои и сцены из древней истории) извлечена из мифологии, фольклора. Например: одной из форм символа – герба Республики Коми являются мотивы и образы архаического «пермского звериного стиля»; национальными традициями определен выбор цветов (белого, синего, зеленого) флага Республики Коми; древняя история коренного народа становится актуальной для современных писателей (Г. Юшков, В. Тимин, А. Лужиков, А. Попов), художников (В. Рохин) и ученых (Э.А.Савельева); мифологические мотивы возникают в коми литературе, живописи (С. Торлопов), в графике (журнал «Арт»); архаические элементы народной музыки звучат в современных музыкальных произведениях (М. Бурдин); на сцене фольклорного театра реконструируются сюжеты старинных народных обрядов с языческой символикой; народные культурные традиции, обновленные современными художниками, явились формой обоснования этнофутуризма как инварианта мирового постмодернизма в финно-угорской литературе и живописи. [Орлова О., Котылева И., Шибанов В., Кондратьева Н.] Способы сохранения архаических культурных символов в современном искусстве коми и других финно-угорских народов обеспечивают межкультурную коммуникацию (передачу диахронной этнокультурной информации в сочетании с синхронной в условиях моно- и поликультурного взаимодействия), что и является точкой опоры этнической мобилизации, направленной на самосохранение народа.

Волкова Н.И.
Сыктывкар

«ПОЛИТИЧЕСКИЕ» АНТРОПОНИМЫ

(на материале региональных прозвищ республики Коми)

«Политическое состояние общества», о котором говорит Чудинов А.П. [Чудинов, 2002: 69], имеет рефлексии в вербальной сфере языка, среди прочего пополняя его ономастикон прозвищами и определенным образом отражая «оригинальную политическую картину мира» [Чудинов, 2002: 72], которая складывается в стране или регионе в тот или иной период их развития. Дополнительные имена, которые

имеют истоки в политической сфере или пограничных с ней зонах, могут быть названы **политическими антропонимами**. Рассмотрим несколько групп региональных онимов «*политического*» характера. К первой отнесем прозвища, появление которых было обусловлено советским строем и его идеологией. Так, прецедентные имена *Ленин* и *Крупская* в результате трансонимизации перешли в двойное прозвище супругов, получив статус «свернутого» антропонимического мифа, поскольку в этих онимах были разрушены исторические и национально-культурные ассоциации [см. Пак, 2002: 168]. На **метафоре** базируется оним **Маяк**, которым односельчане «окрестили» ударника коммунистического труда.... Плодотворным был период хрущевской «оттепели»: в это время СССР стал первым в освоении космоса, обогнав Америку, в связи с чем космическая тематика становится модной и находит отражение в региональной антропонимии. В роли обозначающего 2-й степени носители языка используют фамилию первого космонавта: **Гагарин1** – это человек, родившийся 12 апреля, в день полета первого человека в космос; **Гагарин2** – так стали называть мужчину после того, как он однажды, убивая на своей лысине комара, сказал: «*Ишь, нашел аэродром, садится, как ракета*» (ср. символы 1-й и 2-й степени, о которых говорит А.Ф. Лосев [Лосев, 1976: 145]. «Маркировку» дополнительных имен приобретают и такие апеллятивы, как *космонавт* и *космос*. Оним **Космонавт** закрепился за мужчиной, который, находясь в состоянии алкогольного опьянения, все время падает; **Космосом** же называют очень высокого старшеклассника....

Другую группу прозвищ мы связываем с именами политиков, используемыми в качестве «сырья» для новых онимов, которые среди прочих А.Ф.Лосев относил к «*идеологическим и побудительным символам*» [Лосев, 1976: 195]. В роли обозначающих 2-й степени здесь чаще всего используются фамилии, реже – личные имена, в том числе в сочетании с фамилией. Такие прозвища (как и все остальные) могут быть приписаны к различным *мотивационным моделям* (**ММ**). Например, в **ММ**, построенной на внешней или внутренней **метафоре, метонимии и синекдохе**, включаются именованья типа: **Де Голль** – это мужчина крупного телосложения, внешне похожий на президента Франции; **Чубайс1** – задиристый рыжеволосый юноша, обладающий веселым характером; **Пиночет** – обладатель таких же усов, какие имел чилийский диктатор.

Другая **ММ** фиксирует прозвища, возникшие в результате различных **ассоциаций**. Так, **Лениным, Брежневым, Путиным** величают мужчин, *имя* и *отчество* которых точно такие же, как и у соответствующих протонимов... Звуковые ассоциации лежат в основе

прозвищ: **Чубайс2** — это носитель фамилии *Чубаров*; человека, имеющего немецкую фамилию *Эргардт*, прозывают **Рейганом** и т.д. На **игре слов** строится **ММ**, включающая прозвище **Гермут**: фамилия и имя старшеклассника (*Герасимов Коля*) обыгрывается с именем и фамилией бывшего канцлера ФРГ *Гельмута Коля*...

Следующая группа «*политических*» *антропонимов* включает дополнительные имена, вызванные к жизни эпохой перестройки, распадом СССР и периодом становления демократии в России. Изменения в идеологии и политике приводят к большим подвижкам в словарном составе языка, что отражается и в его ономастике. Мысли субъектов номинации, объективируясь на уровне имятворчества, порождают новые прозвища. Они, как и прочие дополнительные имена, представляются нам в виде своеобразных «*свернутых высказываний*» [см. Соловьева, 2002: 64], которые могут быть «*развернуты*» в качестве **этимологии** онимов. Она же, в свою очередь, должна найти отражение в специальных **этимологических словарях прозвищ** [см. Волкова, 2003]. В роли обозначающих 2-й степени для подобных «*политических*» *прозвищ* используются названия некоторых реалий, лиц, понятий, фирм, компаний, денежных единиц и т.п., имеющих отношение к нашему времени («*ножки Буша*», *доллар*, *парламент*, *президент*, *мафия*, «*Лукойл*», *таможня* и др.).

Итак, мы рассмотрели некоторые группы прозвищ, которые мы условно называли *политическими антропонимами*.

Ворожцова И.Б.

Ижевск

ВОЗДЕЙСТВИЕ ЧЕРЕЗ ИНФОРМАЦИЮ В РУССКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Возрастание интереса к исследованиям политического текста связано с «падением железного занавеса», отделявшего власть и социум, и доступа новых слоев к политической жизни. Но в большей степени этот интерес мы связываем с изменением характера политического текста. Раньше он относился, прежде всего, к идеологическому дискурсу, особенностью которого по исследованиям П.Серио являются две черты: преобладание номинализаций и соединение несоединимого. Номинализации удаляют действующего субъект и размыывают предмет сообщения. Еще более делает неопределенным предметное содержание соединение несоединимых вещей. Не было востребованности воздействия. Это был своего рода социальный код, язык своего рода моно смысла. В современном политическом дискурсе распадается монолитность идеологического дискурса и востребована функция воздействия.

Любая коммуникация стремится к успешности, однако представление об успешности весьма различается, в зависимости от сферы общения. Для бытового общения успешным принимается осуществление интенции субъектов относительно обмена своими переживаниями и оценками, в научном дискурсе осуществление логических построений в определенном понятийном поле. Очевидно, что для политического общения важным представляется воздействие на электорат с тем, чтобы быть допущенным во власть или сохранить свои позиции во власти. Как реализуются намерения отправителей политического сообщения, на что нацелено воздействие, как оно достигается, благодаря чему реализуются условия эффективности в данной сфере коммуникации? При очевидности того, что используются разнообразные риторические средства, мы обращаем внимание на тематическое (предметное) содержание высказывания. Из двух аспектов предметного содержания – номинативного и коммуникативного – наиболее прямым средством воздействия выступает коммуникативный аспект высказывания: сообщение своих оценок, суждений и переживаемых чувств. Информационное содержание, дающее ситуативные опоры – обозначение участников ситуации, события, место и время событий, - относится к номинативному плану высказывания. Как может информация о ситуации воздействовать на адресата?

Потенциал информативной структуры высказывания не менее существенен в выражении интенции отправителя и в степени воздействия на получателя сообщения, но он не носит директивного характера. Информативная сторона высказывания апеллирует к вызову познавательного опыта собеседника и к анализу фактов, т.е. к его размышлению. В результате размышления формируются собственные суждения, оценки воспринимающего субъекта, его отношение к высказыванию.

Исследование показывает, что русский политический дискурс тяготеет к прямому воздействию на получателя сообщения, через оценки, прямое выражение чувств и отношение к фактам, людям, собеседникам. Номинативное содержание (факты) занимает незначительное место. Для французского политического текста характерно использование косвенного воздействия через предъявление и ранжирование информации, сообщение фактов. Оценочные суждения и эмоциональное состояние автора сообщения фигурирует в меньшей степени. Эти два разных типа организации политического текста соотносятся с двумя типами диалогического взаимодействия, свойственными русской (Я-позиция общения в культуре) и французской (Ты-позиция) культурам, вводимым нами как позиция носителя культуры в общении при взаимодействии. Для Ты-позиции характерно

осуществление воздействия через ситуативные опоры, через рациональное. Речь идет об избегании прямых оценок, прямого выражения чувств, о сглаженности в выражении отношения к высказываемому.

Воронцова Т.А.

Ижевск

ГОСУДАРСТВО - ЭТО НЕ МЫ!

В современных словарях русского языка фонетико-графический комплекс **государство** представлен двумя значениями:

1. Политическая форма организации общества.
2. Страна с определенной политической системой.

Концепт **государство** всегда включал в себя две составляющих: единство (именно эта составляющая актуализируется при словоупотреблении «государство» в значении «страна») и власть (в XVI - XVIII вв. эта составляющая актуализировалась в значении «правление, власть государя», позднее – в значении «политическая организация общества»).

В современном политическом дискурсе (высказывания современных политических деятелей, телепередачи, ток-шоу и т.д.) лишь в 10% словоупотреблений данный фонетико-графический комплекс выступает в значении «страна, люди, живущие в данной стране». В 90% случаев этот фонетико-графический комплекс употребляется в значении «органы государственного управления, правительство, люди управляющие страной, находящиеся у власти». Как видим, данное значение словарями не зафиксировано. Оно отмечено словарями у слова «власть». В различных контекстах широко представлены синонимические взаимозамены фонетико-графических комплексов «государство» и «власть» в значении «органы государственного управления, правительство, люди управляющие страной, находящиеся у власти».

Свр.: Впервые десятки граждан подают в суд *на власть*... Они требуют *от государства* денег. Много денег. (Свобода слова 31.01.03)

Фонетико-графический комплекс «государство» употребляется как некий гипероним для обозначения практически любого органа государственной власти. Например:

1. ... *Государство*, которое мы имеем в России, не хочет и не способно писать и иметь другие законы... (Свобода слова 31.01.03) («Государство» в данном случае это Государственная Дума, законодательная власть)

2. Жертвы «Норд-Оста» подали в суд *на государство*. (Свобода слова 31.01.03) (Здесь «государство» - правительство Москвы).

В этом значении слово **государство** на основе метонимического

переноса приобретает собирательное значение, о чем свидетельствует большое количество персонифицированных употреблений: *государство* лицемерит; *государство* заставляло пить водку; *государство* спокойно наблюдало и т.д. (Свобода слова 24.01.03)

В современном политическом дискурсе **государство** в значении «страна» и соответственно на основании метонимического переноса - «люди, живущие в данной стране, ее граждане» оказывается контекстуально и семантически противопоставленным слову **государство** в значении «органы государственного управления, правительство, люди управляющие страной, находящиеся у власти». Возникает своеобразный лингвистический и смысловой парадокс: то, что должно соотноситься синекдохически (как целое и часть), вступает в антонимические отношения.

Срв.: ...Можно было бы считать *Россию воюющим государством* (страна - Т.В.)... Если Россия воюет, *государству* (власти- Т.В.) позволено все. (Свобода слова, 31. 01. 03)

Государство в значении «власть, люди, стоящие у власти» четко и последовательно противопоставлено в контексте таким словам, как население, граждане, народ, люди и т.п. Например:

1. ...У нас очень высока солидарность *граждан против государства* (Свобода слова 24.01.03)

2....Кто должен платить? *Государство* или *население*? (Свобода слова. 29.11. 02)

По отношению к слову **государство**, выступающему в предложении в качестве субъекта действия, постоянно имеет место модус долженствования: государство должно, государство обязано.

Постоянное употребление слова **государство** в значении «власть, люди, стоящие у власти» в высказываниях с негативной модальностью способствует тому, что в массовом языковом сознании оно постепенно приобретает негативную коннотацию.

При таком словоупотреблении единый концепт **государство** фактически разрушается, меняется его место в языковой картине мира: из того, что объединяет общество, **государство** превращается в то, что противостоит обществу.

Гаврилова М.В.
Санкт-Петербург

ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОСЛАНИЯ ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОМУ СОБРАНИЮ

Послание Президента Федеральному Собранию можно считать новым жанром в русском политическом дискурсе.

За десятилетие существования жанра сформировалась глобальная организации дискурса Послания. Выступление начинается с при-

ветствия и обращения к аудитории. Во вступительной части Президент определяет стратегические цели развития страны, подводит итоги за год, выражает свое неудовлетворение достигнутыми результатами. Основная часть Послания посвящена анализу внутренней и внешней политики государства. Говоря о международном положении России, Президент определяет роль страны на международной арене и обозначает внешнеполитические приоритеты. Большая часть Послания описывает положение внутри страны. Президент показывает свое знание внутривнутриполитической ситуации, обращает внимание аудитории на сегодняшние трудности, определяет приоритеты развития страны, ставит задачи представителям государственных органов. В заключительной части Президент выражает уверенность в успехе, оптимизм и благодарит аудиторию за внимание.

Семантическая макроструктура Послания определяется особенностями политического процесса в стране и международными событиями. Основная тема Послания – это политическая задача, которую ставит Президент политической элите на предстоящий год. В основе реализации тематической структуры Послания лежит несколько регулирующих принципов. Мы полагаем, что их реализация зависит от семантических категорий, определяющих последовательность описания ситуации, таких как «сегодняшние трудности», «причины», «желаемый результат», «задачи по улучшению ситуации».

Топики выступления формируют семантическое пространство Послания. Важность экономической и правовой реформы, определение их в качестве основных приоритетов развития страны находит подтверждение на лексическом уровне в высокой частотности слов из экономической и юридической сферы.

Наблюдения за особенностями словоупотребления В.В. Путина позволили утверждать, что в дискурсивной практике Президента, во многом формирующего русский политический дискурс, происходит активный процесс переосмысления лексического значения слов.

Контент-анализ Посланий позволяет сделать вывод о том, что такие тематические блоки, как государственное устройство (*государство, гражданин, гражданин страны, федерация, субъект федерации, местное самоуправление, договор*), *Россия и мир, политика и экономика, власть, работа и развитие* играют большую роль в картине мира Президента.

Семантические особенности организации дискурсивного пространства Послания, а именно частотность иностранных слов, слов с отвлеченным значением и специальной лексики, затрудняют успешную когнитивную обработку политического текста широкой аудиторией.

Пассивизация и номинализация как политически значимые синтаксические особенности Послания позволяют выводить участников действия из описываемой ситуации и тем самым оказывают неявное воздействие на восприятие причинных отношений, а также управляют процессом понимания.

Использование в Послании иностранных слов, причастных и деепричастных оборотов, многосоюзия может свидетельствовать о стремлении сформировать Послание как высокий жанр политического дискурса.

В своих ежегодных обращениях Президент использует различные приемы, облегчающие понимание речи: параллельное построение предикативного ядра, уподобление форм подлежащего и сказуемого, расчлененность структуры, повтор, структурирование информации, длина предложения.

Отвлеченная обобщенность, логичность изложения информации роднит дискурс Послания с особенностями научного дискурса. Большой удельный вес экономической лексики, лексическое однообразие, почти полное отсутствие экспрессивно-окрашенной лексики, стандартизация выражений сближают дискурсивное пространство Послания с экономическим дискурсом. Экспрессия, в основном выраженная в Послании на синтаксическом уровне, свидетельствует о влиянии публицистического дискурса.

В отличие от традиционных приемов политической аргументации, тяготеющих к ценностным ориентирам, В.В.Путин доказательность своих суждений обосновывает, используя приемы рациональной аргументации.

Чтобы придать своей речи убедительность и выразительность, Президент использует разнообразные риторические средства: метафору, кавычки, синтаксический параллелизм, эллипсис, бессоюзие, риторический вопрос, повтор, многосоюзие.

Галеева Н.Л.

Тверь

РЕЧЕВЫЕ И ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕКСТОВ АМЕРИКАНСКИХ ОФИЦИАЛЬНЫХ ЗАЯВЛЕНИЙ

Англоязычные и русскоязычные речевые традиции, хотя и исходят из общего риторического источника – античного мира, - демонстрируют большую степень различия, что не может не находить отражения в переводе.

Как известно, официальные выступления политических лидеров не спонтанны и готовятся специальной командой, имеющей, в том числе, и риторическую подготовку. Анализ выступлений и политических заявлений, в частности, президента США, демонстрирует, что

практически все официальные заявления содержат явно выраженную и описанную еще классической риторикой риторическую композицию и определенный набор риторико-стилистических средств, которые в данном контексте могут быть описаны как средства возмездности. Безусловно, композиционная структура такого текста воспроизводится практически помимо усилий переводчика, поскольку является средством, структурно воспроизводимым в переводе.

Большое влияние на строение и содержание официальных речей в американской риторической традиции оказал протестантизм с его традицией и развитой риторикой проповеди. В официальных речах влияние проповеди прослеживается очень сильно. Построение официальной речи, как проповеди, с одной стороны, находится в рамках экспектаций аудитории, воспитанной в соответствующей традиции, этот же фактор облегчает освоение речи, с другой стороны. Как правило, американские официальные заявления в большой мере аллюзивны: на проповедь в них указывает не только частое прямое цитирование Библии, употребление различных библеизмов, но и особое синтаксическое строение, ритмизация, имитирующая ритмизацию Библии, как правило, ее *Authorized Version*. Аналогичная ритмизация используется и в протестантских проповедях, используется она и в политических заявлениях. Для риторики заявления характерны различного рода синтаксические повторы, лексические триады, «сильные» эпитеты, которые также играют ритмизирующую роль и т.п. В содержании заявления, которое делается, как правило, по поводу важного международного события (ареста С. Милошевича, нападения на Нью-Йорк, войны в Ираке и т.п.), присутствует еще одна черта, характерная для протестантской риторики - противопоставление добра и зла, обличение дьявола и зла. Эта протестантская традиция переходит от одного президента к другому (от «СССР - империя зла» Р. Рейгана, до «оси дьявола» Дж. Буша). Соответственно в тексте всегда присутствует оппозиционное строение как на уровне синтаксиса, так и на лексическом уровне, которое, как правило не вызывает затруднений при трансляции.

Эти особенности американских официальных заявлений могут быть по-разному представлены в переводе в зависимости от его формата. В устном переводе передается, как правило, только содержание, поскольку у переводчика нет времени работать над формой, однако и устный переводчик должен осваивать риторические образцы, передавать повторы, иметь большой запас закономерных соответствий, в том числе библейских цитат на двух языках в авторитетных переводах. В письменном переводе желательно передавать риторически обоснованные средства формы, поскольку они являются

частью содержательности текста, тем более что оптимальная риторическая организация текста, обеспечивающая его воздейственность на аудиторию и облегчающая понимание за счет знакомости ритмов, аллюзий, интертекстуальности может оказать воздействие на риторическую работу с текстом в отечественной традиции.

Голованова А.В.

Пермь

СТРУКТУРНО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КАРТИНЫ МИРА В ТЕКСТАХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Как известно, каждый язык заключает в себе особый способ интерпретации действительности, который принято называть языковой картиной мира. Однако представляется возможным допустить, что, подобно тому как общенациональный язык существует в виде нескольких вариантов – функциональных стилей, – модели действительности, реализуемые в текстах различных стилей, могут отличаться от общенациональной языковой картины мира рядом особенностей.

Особенностью модели мира (как варианта национальной картины мира), воплощаемой в текстах средств массовой информации (текстах публицистического стиля), является ее непосредственная связь с идеологией. «**Идеология** – система взглядов и идей, в которых осознаются и оцениваются отношения людей к действительности и друг к другу, социальные проблемы и конфликты, а также содержатся цели (программы) социальной деятельности, направленной на закрепление или изменение (развитие) данных общественных отношений» [БСЭ, т. 10: 39]. Как видно из приведенного определения, идеология представляет собой систему *оценок и интерпретаций* явлений реальной действительности. Эти оценки и интерпретации, выраженные в языковой форме, и образуют особую модель мира. Отметим некоторые особенности этой модели по сравнению с моделями мира, реализуемыми в текстах других функциональных стилей, в первую очередь, научного и художественного. В отличие от научной модели, конструируемой в целях наиболее полного и адекватного отражения действительности, в идеологической модели мира аксиологический компонент играет определяющую роль, реальное положение дел является лишь основой для ее построения. Как отмечает А.Д. Урсул, «движение информации в обществе деформируется субъектом в направлении осуществления его целей» [Урсул 1975: 217]. В то же время именно связь с реальными фактами отличает идеологическую модель мира от художественной (реализуемой в художественной литературе), отражающей действительность опосре-

дованно и изначально воспринимаемой получателем художественного текста как плод воображения автора. Однако помимо этого отличия идеологическая модель мира имеет с художественной моделью много общего. Идеологическая модель, выражающая определенное отношение к действительности, направлена на воздействие на получателя конкретного текста с целью убедить его в единственной правильности этой оценки. Этими же особенностями характеризуется художественный текст: «Автор текста кодирует определенными языковыми средствами свое собственное эмоциональное отношение к событиям текста, персонажам и т.д. и в то же время он стремится вызвать у адресата текста эмоции, созвучные авторскому замыслу, так что одновременно осуществляется экспрессивная функция и функция воздействия» [Нурахметов 1989: 85].

Обе модели (идеологическая и художественная) представляют собой системы абстрактных сущностей, не имеющие аналогов в реальной действительности. В их основе лежат системы ценностей, субъективные по своей природе. Так, например, идеологическая модель мира предполагает четкое разделение субъектов политической жизни на «своих» и «чужих» с явным стремлением оправдать все неблагоприятные действия «своих» и обвинить во всех смертных грехах «чужих». Но если автор художественной модели не ставит своей целью убедить читателя в том, что именно его модель является единственно истинной (как правило), то автор идеологической модели стремится именно к такому результату. Для достижения целей убеждения и воздействия идеологическая модель мира должна быть представлена как существующая объективно, «свои» как «действующие в интересах добра и справедливости», а «чужие» как «воплощение мирового зла». Для этого используются такие языковые средства, подробно описанные исследователями языка политики, как навязывание пресуппозиции, имплицирование, идеологическая полисемия, смещение фокуса значения, идеологическая коннотация, подмена понятий, перифраз, метафора, глаголы в сослагательном наклонении, модальные глаголы и т.п. Кроме того, для создания эффекта «объективности» используются различные ссылки на другие источники, цитирование. Для создания эффекта аргументированности используются также средства официально-делового стиля.

Таким образом, мы попытались выявить некоторые структурно-типологические особенности идеологической модели мира, реализуемой в текстах средств массовой информации. По сути своей данная модель является идеальной системой абстрактных концептов, сформированной на основе субъективных оценок и ценностных интерпретаций, но для достижения коммуникативных целей воздейст-

вия она должна быть представлена как объективно отражающая действительность.

Головенкина Н.

Челябинск

КОГНИТИВНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ АРТЕФАКТНОЙ МЕТАФОРЫ В РОМАНЕ М.А. БУЛГАКОВА «БЕЛАЯ ГВАРДИЯ»

Когнитивная теория метафоры позволяет рассмотреть художественную (авторско-писательскую) метафору в новом ракурсе, с точки зрения её обусловленности когнитивными механизмами смыслоформирования. Анализ процесса развертывания метафорических моделей и их структуры в художественном тексте позволит более точно представить закономерности образования авторской метафоры в идеостиле М.А. Булгакова.

Авторское представление картины мира в сложнейший социально-политический период формируется благодаря тому, что явления окружающей действительности познаются в результате их представления через концептуальные сферы: человек, социум, природа, артефакты, культура, пространство.

В ходе анализа выявлено, что Булгаков метафоризирует с помощью ментальной сферы-источника «Артефакты» такие сферы-мишени, как: социум, человек, болезни, артефакты, природа. Рассмотрим понятийные сферы-магниты для метафорической экспансии артефактной метафоры.

1. **Социум.** Военное время и связанные с ним социальные изменения обезличивают людей, превращая толпу в механизм: «В толпе, близ самого фонтана, *завертелся и взбесился винт*, и кого-то били, и кто-то выл, и народ раскидывало, и, главное, оратор пропал. Так пропал чудесно, колдовски, что словно сквозь землю провалился. *Кого-то вынесло из винта*, а впрочем, ничего подобного, оратор фальшивый был в черной шапке, а этот выскочил в папаше. Через три минуты *винт улегся сам собой*, как будто его не было, потому что нового оратора уже поднимали на край фонтана, и со всех сторон слушать его лезла, наслаиваясь на центральное ядро, толпа мало-мало не в две тысячи человек».

В выделенных метафорических единицах представлен фрейм «Деталь механизма». Компонент, связывающий прямое значение «винт» и метафорическое, - сходство по образу действия. Масса людей, в качестве подвижной части механизма, выдвигает над собой человека, как необходимую деталь. Поставив её на нужное место, механизм самоурегулируется.

2. **Человек.** Артефактная метафора нередко используется для создания портрета (двухэтажные глаза, нос был пуговицей, бархотка

усов, на лице стрелки показывали двенадцать). Ср.: «Странное чувство мелькнуло у Елены, но предаваться размышлению было некогда: Тальберг уже целовал жену, и было мгновение, когда его *двухэтажные глаза* пронизало только одно – нежность». В этом примере домашняя метафора дома представлена фреймом «конструкция дома». Сфера-мишень – портрет персонажа. Компонент, связывающий прямое значение прилагательного «двухэтажные», метафорическое значение – двухуровневый мир человека, двуличие.

Внутренний мир человека, его чувства, эмоции, мышление нередко метафорически представляются писателем в виде механизма, какого-либо изделия или материала, например: *ком размотался* (о мыслях), *вылез главный и яркий лоскут* (об основной мысли), *жизненные часы всех лиц*. Боль метафорично сравнивается писателем с каким-либо физическим воздействием артефакта на организм человека (*ледяной ножичек, палящая свеча, бечевой режет подмышку*).

3. **Природа** в романе как ментальная сфера-мишень притягивает артефакты в качестве исходной понятийной области для метафоризации физических явлений. Так, чтобы показать жестокость военного положения, автор прибегает в описании природы, физических явлений и состояний к концептуальной сфере-источнику «Артефакты»: (*кирпичный покой, каменная тишина* и др.). Ср.: «*Огненные хвосты свечей в паникадилах потрескивали, колыхались, тянулись дымной ниткой вверх. Им не хватало воздуха*».

4. **Артефакты**. Артефактная по сфере-источнику метафора нередко используется для обозначения иных реалий в той же самой сфере (ящик дома, коробка гимназии). Эта модель малочисленна. Ср.: «Разношерстные пестрые люди превращались в однородный, компактный слой, над которым *колючей щеткой*, нестройно взмахивая и шевелясь, поднялась *щетина штыков*». Масса оружия в боевой готовности уподобляется щетине и колючей щетке – изобретению человека. Компонент, связывающий прямое и метафорическое значение, – сходство внешних признаков.

Проведенные наблюдения показали, что артефакты как сфера-источник метафорической экспансии особенно притягательна для Булгакова при обозначении таких сфер, как: человек (портрет, внутренний мир), социум (масса людей) и природа.

Гридина Т.А.
Екатеринбург

ПРЕЦЕДЕНТНАЯ МОДЕЛЬ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (на материале жанра гариков)

Гарики – жанровая форма, созданная И.Губерманом, название

которой образовано от уменьшительного имени самого автора – Игорь (Гарик). Уже в этом проявляется своеобразная языковая игра – деонимизация имени собственного: превращение антропонима в прецедентный апеллатив – название поэтического жанра по имени его создателя. Данная модель тиражируется «последователями» И.Губермана, вызывая появление «Юриков», «Валиков», «Мариков», «Толиков» и т.п. (Горизонт. Конференция памяти И.Бродского). Жанр гариков определяются по-разному: проводятся аналогии и с рубаи Хайяма, и с японскими хокку и танка, и с поэтической сатирой Саши Черного и Франсуа Вийона, и с эпиграммой. Наиболее распространена характеристика гариков как коротких стихов (четверостиший) сатирического или философско-юмористического содержания (Радио "Свобода". А.Шароградский). Нам представляется, что для определения содержательной и формальной специфики данного жанра важны следующие моменты:

1) изначальная ориентация гариков на лозунговость (свои первые четверостишия И.Губерман именовал данзыбао – название, связанное с движением «Лозунги больше букв» в Китае, когда писали короткий лозунг и вешали его на стену; затем данзыбао были переименованы в «гарики»); увековечив свое имя в названии жанра, И.Губерман, по сути, остается анонимом (Радио "Свобода". В.Мунблит), что обусловлено афористичностью и надындивидуальностью сентенций, в которых определенным жизненный опыт автора «предстает» как отражение социально сформированного «мнения»; 2) ироническая и саркастическая направленность гариков по отношению к существовавшему в России в конце 1980 –1990 гг. режиму. Написанные, казалось бы, на злобу дня, эти рифмованные четверостишия «не устаревают, не теряют блеска, остроумия, злости и спустя десятилетия» (ж. "Одесса", № 1. Е.Голубовский). Причина этого, как нам думается, - в философичности и афористичности (остроумии, нестандартности осмысления) предлагаемых автором житейских наблюдений, размышлений по конкретному поводу; 3) «нонконформистский» язык гариков, включающий ненормативную лексику, которую сам автор считает «органичной частью русского языка»; «выхолощенный язык», как заявляет И.Губерман в одном из интервью, ему неинтересен - «палитра должна быть полной»; 4) особую значимость приобретает в гариках момент языковой игры (ЯИ), связанный с обращением к прецедентным феноменам (И.Губерман весь «соткан» из цитат), что обеспечивает интертекстуальную направленность его иронических суждений.

Квинтэссенцией гариков является ироническая сентенция, представленная в заключительных строках четверостишия в виде афори-

стически заостренного высказывания на злободневную тему, что делает данный жанр актуальным в частности для обсуждения политической проблематики. Гарики И.Губермана становятся неотъемлемой частью политического дискурса, в котором активно используются различные модели ЯИ, в том числе прецедентная, основанная на аллюзивном принципе актуализации смысла высказывания. В «Иерусалимских гариках» такой ассоциативный контекст моделируется отсылкой к прецедентной ситуации, прецедентному имени, прецедентному высказыванию, прецедентному тексту (данная типология прецедентных феноменов представлена И.В.Захаренко). За каждой игровой трансформой стоит определенный фрейм культурно и социально обусловленных знаний, общих для автора и читателя, представленный в новом (неожиданном) ракурсе восприятия. Ср., например, обыгрывание в одном из «Иерусалимских гариков» прецедентной ситуации [Прецедентная ситуация - ...некая эталонная ситуация..., связанная с набором определенных коннотаций, дифференциальные признаки которых входят в когнитивную базу; означающим прецедентной ситуации могут быть прецедентное высказывание или прецедентное имя» [Захаренко И.В., Красных В.В., Гудков Д.Б., Багаева Д.В. Прецедентное высказывание и прецедентное имя как символы прецедентных феноменов // Язык, сознание, коммуникация. М., 1997], соотносительной с лозунгами-призывами советской эпохи: Вожди России свой народ во имя чести и морали опять зовут идти вперед, а где перед, опять соврали. В качестве конструктивного принципа ЯИ [О конструктивных принципах ЯИ см. в: Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург, 1996] используется ассоциативная провокация, разрешающаяся «опрокидыванием» прогноза смыслового развертывания высказывания. Прием столкновения смыслов однокоренных слов (вперед – перёд) задает новый ракурс восприятия прецедентной ситуации, выявляя в исходном фрейме компонент «ложная идеологическая установка». Слово перёд приобретает в данном контексте имплицитный инвективный смысл.

Разнообразны принципы и приемы ЯИ, связанные включением в политический дискурс прецедентных высказываний и прецедентных текстов. Например: Изгнанник с каторжным клеймом, отъехал вдаль я одиноко за то, что нагло был бельмом в глазу всевидящего ока. Конструктивным принципом ЯИ в данном случае становится ассоциативное наложение смыслов устойчивых (фразеологических) выражений как бельмо в глазу и всевидящее око, контаминация которых содержит намек на «работу» органов безопасности – систему надзора в отношении неудобных обществу «элементов». Прецедентная

модель ЯИ используется для создания политического «подтекста». Ср. принцип обыгрывания прецедентного текста (лейтмотива песни «Широка страна моя родная») в следующем гарике: Я Россию часто вспоминаю, думая о давнем дорогом, я другой такой страны не знаю, где так вольно, смирно и кругом. В данном случае ассоциативная провокация сочетается с ассоциативным наложением: прецедентный текст (цитата из песни) путем частичной трансформации приобретает смысл военной команды, что служит средством афористического заострения оценки тоталитарного режима.

Особую значимость в политическом дискурсе ЯИ приобретает прецедентное имя, которое сопровождается шлейфом оценочных коннотаций: Везде все время ходит в разном виде, мелькая между стульев и диванов, народных упований жрец и лидер Адольф Виссарионович Ульянов. В данном случае происходит ассоциативная идентификация прецедентных имен по дифференциальным признакам фрейма "власть" (в контексте политических событий 20 в. это стремление к авторитарному управлению массами, культ личности и силы и т.п.).

Рассмотрение прецедентной модели ЯИ в жанре гариков с политической "подоплекой" (сентенцией на политическую тему) выявляет интерпретационные векторы, связанные с ассоциативной обработкой социально значимой информации, обнаруживает характер стереотипов массового сознания, отражающих оценку политической реальности.

Даулетова В.А.
Краснодар

ДИСКУРСНЫЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ АВТОБИОГРАФИИ

Словосочетание «политическая автобиография» достаточно чётко определяет ключевые типы дискурса, присущие исследуемому нами жанру, а именно политический и личностно – ориентированный. Предлагаем разобраться, насколько правомерно данное предположение и какова степень соотнесения этих двух типов.

Поверхностный взгляд на жанр политической автобиографии наводит на мысль о том, что институциональные типы общения не являются доминирующими в автобиографическом дискурсе. Пальма первенства принадлежит межличностному или личностно – ориентированному общению, которое свойственно бытовому и художественному дискурсу, т.к. автобиограф выступает прежде всего как личность, желающая раскрыть свой внутренний, скрытый от публичных взглядов мир, поговорить «по – душам» с читателем. Возьмём на себя смелость утверждать, что это не более чем иллюзия, за которой

скрываются конкретные выгоды, которые несут в себе обладание властными полномочиями. Эти выгоды являются составляющими содержания политической коммуникации, а именно: а) распределение общественных ресурсов; б) контроль за принятием решений; в) применение санкций [Denton, Woodward 1985: 14]. Любой автор политической автобиографии является представителем какого – либо властного института и с этой позиции, используя автобиографический формат общения, преследует цель формирования благоприятного имиджа своей персоны для того, чтобы облегчить путь достижения представленных выше выгод. Теоретической основой, позволяющей рассматривать автобиографический дискурс как политический, выступает широкое понимание политического дискурса, предложенное В.В. Зеленским, который разграничивает два уровня в подходе к политической коммуникации: «Политика определяется как набор некоторых действий, направленных на распределение власти и экономических ресурсов в какой – либо стране или в мире между странами. Этот официальный уровень политики включает в себя средства массовой информации, систему образования и все те социальные институты, которые контролируют явления социальной жизни. Второй уровень политики – личностный; он представляет собой сам способ, которым первый уровень актуализируется в индивидуальном сознании, как он проявляется в личности, в семье, во взаимоотношениях людей, в профессиональной деятельности, а также в восприятии человеком произведений литературы и искусства» [Зеленский 1996: 371]. Иными словами, личностный уровень предполагает не политическую коммуникацию в чистом виде, а разговоры о политике, которые реализуются в различных типах дискурса в рамках жанра политической автобиографии. Е.И. Шейгал полностью разделяет подход В.В. Зеленского и относит к политическому дискурсу «любые речевые образования, субъект, адресат или содержание которых относятся к сфере политики» [Шейгал 2000: 23].

Таким образом, с прагматической точки зрения, учитывая скрытую манипулятивную интенцию автора, автобиографический дискурс должен быть охарактеризован как политический. Однако, поскольку семантически в жанре политической автобиографии присутствует и личностно ориентированный дискурс, считаем неправомерным сбрасывать его со счетов и предлагаем в дальнейшем изучить его в качестве вспомогательного средства реализации прагматических установок автора.

Докучаева Р.М.
Коми

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СМЫСЛОВЫХ СВЯЗЕЙ В ЖАНРЕ

ПОЛИТИЧЕСКОГО ИНТЕРВЬЮ

Изучение связной речи на протяжении уже нескольких десятилетий является одной из традиционных областей исследования в лингвистике. Актуальность рассмотрения проблем функционирования языка и определение коммуникативной парадигмы позволили признать текст основной и высшей единицей коммуникации, целой смысловой сущностью. Смысл текста – это «то общее, что есть в данном тексте и во всех текстах, которые ему синонимичны..., смысл текста - это инвариант относительно его синонимических преобразований» [Падучева Е.В., 1975: 549]. В известной статье «О тройном аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании» (1931) Л.В. Щерба писал, что в лингвистике текст - это «совокупность всего говорящего и понимаемого в определенной конкретной обстановке в ту или другую эпоху жизни». Референтом высказывания, по мнению В.Г. Гака, является ситуация. Основные речевые параметры речевой ситуации - это говорящий (в нашей ситуации - адресант), слушающий (адресат), время и место речевого акта.

Ведущие параметры базовой речевой ситуации интервью – адресант и адресат, в данном случае адресантом является «Молодежь Севера», еженедельная газета Республики Коми. Газета публикует рубрику - «Эхо» (раздел «Постфактум»), в которой предлагает ответить на конкретный вопрос сразу нескольким адресатам: депутатам Госсовета Республики Коми, руководителям общественных и иных организаций, редакторам разных изданий, в том числе – газетных, работникам образования, ученым, музыкантам и др. Смысловое целое анализируемого жанра включает два блока: смысловое целое текста, формируемого адресантом, смысловое целое текста, формируемое каждым адресатом.

Попытаемся пронаблюдать репрезентацию смысловых связей компонентов политического интервью «Эхо», помещенного на страницах этого издания в январе 2002 года.

Смысловой блок, формируемый адресантом, может быть представлен описанием самого события и вопросом, направленном на выяснение отношения адресата к этому событию, например: «Министерство Обороны предложило правительству сократить категории молодежи, имеющие право на отсрочку от призыва на военную службу. В частности, предлагается поставить «под ружье» студентов вуза. Как вы к этому относитесь? (№4 от 24.01.02.).

Вопрос может ориентировать адресата на определение, предположим, статуса человека года, др., например: «По данным опроса ВЦИОМ пятьдесят два процента россиян считают Владимира Путина человеком года. А кому бы Вы присудили это звание? (№2 от

10.01.02.).

Блок, формируемый адресатом, может иметь самые разнообразные смысловые модели. Так, отношение к сокращению категории молодежи, имеющей право на отсрочку от призыва на военную службу, чиновники выразили следующим образом: «вообще-то отрицательно» (ректор университета), «категорически против» (председатель комитета по делам молодежи), «думаю, что общественность не даст правительству поставить студентов «под ружьё» (председатель Российского комитета солдатских матерей, депутат Госсовета РК), «отношусь к этому отрицательно» (ректор Коми пединститута), «необходимо сокращение категорий молодежи, имеющих право на отсрочку от призыва на военную службу» (военком Республики) и др. При этом каждый отвечающий комментировал свою точку зрения на предложение Министерства Обороны, предлагал свои варианты разрешения этой проблемы.

На вопрос же, кому бы Вы присудили звание человека года, часть адресатов согласилось с мнением россиян: «это единственный президент, в котором я не разочаровалась» (главный редактор журнала «Арт», депутат Госсовета РК), «я думаю, можно согласится с мнением россиян» (Первый заместитель председателя Госсовета РК), др. Часть депутатов предложили свои кандидатуры: «для меня человеком года был Александр Масляков» (председатель Союза композиторов Республики Коми); «для меня – Владимир Жириновский, Максим Галкин» (народная артистка Республики Коми); «я бы присудил это звание академику Жоресу Алферову» (директор Института геологии, академик), др. И в этом случае каждый из отвечающих комментировал выбор человека на звание человека года.

Репрезентируется смысловая связь: а) между «загруженностью» смыслового блока адресанта и смысловой наполненностью смыслового блока адресата (наполнение информацией лакуны в смысловом блоке адресанта); б) между блоками, формируемыми самими адресатами (смыслы: согласие - несогласие; согласие с дополнительной информацией в связи со своим видением разрешения той или иной проблемы; несогласие с дополнительной информацией в связи со своим видением разрешения той или иной проблемы). Смысловые блоки формирует: один и тот же гражданский статус адресата и адресата; общность объекта (события) как предмета наблюдения; соотнесенность адресата и адресанта с объектом наблюдения (взаимодействие объективного и субъективного в его толковании).

Донсков С.В.

Тверь

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ СМ

Лингвистические особенности журналистики рассматриваются в отечественной традиции, когда дело доходит до сопоставления текстов одного и того же жанра, написанных на разных языках, или при переводе текста (в нашем случае информационного) с одного языка на другой, поскольку перед переводчиком стоит абсолютно определенная задача, заданная исходным текстом. Поэтому проблемы языка журналистики наиболее эксплицитно разрабатываются переводчиками. Когда переводчик знает, какого жанра текст он будет переводить, появляется фактор, определяющий формирование будущих целей, - «знание того, какие элементы и структуры являются наиболее весомыми в тексте данного жанра, знание наиболее вероятных предпочтений при решении вопроса об их передаче/непередаче» [Латышев 1988: 128]. Цели, о которых идет речь, выступают в качестве представлений о тексте, который необходимо получить. При этом текст должен максимально соответствовать требованиям как к переводу вообще, так и к переводу текстов данного жанра в частности. Подбор вариантов перевода невозможен без знания жанровых особенностей соответствующих текстов принимающей культуры. Исходя из того, что вопрос о жанроопределении и о жанре журналистики вообще наиболее конкретно ставится в теории перевода, имеющей выход на практику оперирования текстами, считаем необходимым упомянуть о тенденциях или моделях перевода, которые имеют место в мировой переводческой традиции.

Согласно А. Лефевру [Bassnet&Lefevre, 1998], в настоящее время переводчики в процессе перевода находятся перед выбором степени эквивалентности, которая выражается несколькими моделями.

Модель перевода Иеронима [от св. Иеронима; 331- 420 гг. НЭ]

Текст оригинала транспонируется в другой язык настолько точно, насколько возможно. Точность обеспечивается наличием хороших словарей. Такой перевод связан с передачей Библии на другие языки с помощью подстрочника (interlinear translation), где каждое переведенное слово могло бы непосредственно находиться под исходным словом языка оригинала.

Модель перевода Горация (65-8 гг. до НЭ).

Ассоциируется с именем римского поэта Горация, который часто цитировал, но не всегда понимал, «fidus interpres» не всегда был точным по отношению к исходному тексту, но по отношению к заказчикам – современникам Горация. «Fidus» переводчик был тот, которому можно было верить, который вовремя выполнял работу к удовольствию обеих сторон. В настоящее время эта традиция соотносится с различными стратегиями перевода в зависимости от направленности самого исходного текста.

Модель перевода Шлейермахера.

В соотношении с культурным капиталом перевод рассматривается как строитель культур. Здесь имеет место разработка стратегий, с помощью которых тексты одной культуры могли бы проникать в текстовые и концептуальные решетки (textual and conceptual grids) другой культуры и функционировать в этой другой культуре.

Самая очевидная форма отношений между текстовыми и концептуальными решетками – это аналогия, которая ведет к стиранию различий между культурами и текстами, которые они производят (см. Калевала в Финляндии). Аналогия – простой путь отношений между культурами, ибо она приспособливает культуру оригинала (Ф. Шлейермахер) к принимающей культуре, чей престиж воспринимается как превосходящий.

Разные модели перевода предназначены для трансляции разных текстов. Сила и престиж культур важен при выборе текстов для перевода [Swales, 1990: 66-67; Hinds, 1987: 143]. В настоящее время английский язык занимает положение престижного языка. Доминирование проявляется в том, как перевод меняет способы написания текстов в принимающей культуре [Bassnet&Lefevre, 1998: 9].

В нашем случае жанр есть одно из указаний на способ понимания текста, и используется для охвата всех реализуемых лингвистически форм деятельности. Жанровое своеобразие информационных текстов английской и русской журналистских традиций создает необходимость корректного перевода и понимания таких текстов представителями принимающей культуры. Необходимо адаптировать информационные тексты разных культур [Neubert, 2002: 18-19] при переводе, принимая во внимание структурные, синтаксические и лексические средства, характерные для конкретных жанров вышеуказанных текстов. В связи с этим считаем необходимым ввести новый для нас термин «традукция» (traduction), соотносимый с «uebertragen» (А. Нойберт), определяемый нами как перевод по аналогии, передача текстовых и концептуальных решеток исходного текста в тексте перевода, примером чего может служить скандинавский эпос Калевала [см. Bassnet&Lefevre, 1998: 88]. В ситуации, когда нет конструктов в своей культуре, происходит их перетаскивание из другой культуры с более высоким престижем.

Традукция вполне оправдана, так как переводчик должен стремиться создать такой текст, чтобы он отвечал нормам принимающей культуры. В случае с газетным информационным текстом «необходимо соблюдать пропорции между стилистически нейтральными единицами и единицами, специфичными для книжно-письменной речи» [Швейцер, 1973: 194].

**АВТОР РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ «ОСУЖДЕНИЕ» И «ОБВИНЕНИЕ»
В РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ**

Средства массовой информации считаются одним из каналов осуществления политической коммуникации. Поэтому газетные и журнальные тексты могут служить материалом исследования политической речи. Одним из аспектов изучения речи, в том числе публицистической, является ее жанровая организация. Несомненно, публицистическая речь представляет огромный репертуар речевых жанров (РЖ). Особая роль отводится жанрам оценочным, например, осуждениям и обвинениям. Именно посредством оценочных жанров автор проявляет заинтересованность в происходящем, небезразличное отношение к ситуации.

Образ автора осуждений и обвинений в публицистике крайне неоднороден. Автором может быть журналист, адресующий свой РЖ массовому читателю с целью воздействия на массовое сознание. Часто оценки репортеров в виде осуждений и обвинений преподносятся как оценки «от общего мнения», что является мощным средством манипулирования читателем: *На самом деле ссылка на «гуманизм» - лишь прикрытие для того, чтобы не признаваться: прежняя, вполне действенная система работы с беспризорными детьми, действовавшая под присмотром МВД, с участием и районных комиссий по делам несовершеннолетних, развалена. (КП 16 мая 2000).*

Автором РЖ может быть некоторое третье лицо, а журналист цитирует его речь, делая это беспристрастно или комментируя его точку зрения и встраивая таким образом цитируемые РЖ в собственную «мозаику». В случае интервью с известными или компетентными в определенной сфере людьми цитируемые осуждения и обвинения перетягивают на себя внимание читателя, в то время как мнение журналиста второстепенно. Читатели различных печатных изданий, чьи письма публикуются в прессе, часто выражают свою отрицательную оценку в форме РЖ «осуждение» и «обвинение»: *Did it never occur to those wealthy people that directing some of hoards of money into local social and community causes might give them far greater happiness than squandering thousands of pounds on their own selfish indulgences? (The Times July 21 1999).*

Целый ряд осуждений и обвинений в публицистике связан с юридической сферой, представлением судебных процессов. По сути, авторами данных РЖ являются судебные органы. Журналист, ретранспируя официальные данные и документы, использует не

только судебные штампы и терминологию, но и образные средства языка: *Подсудимые, 15 человек, обвиняются по целому «букету» статей, главная из которых – 102-я (убийство при отягчающих обстоятельствах).* (КП 14 января 1999).

Заметим, что сравнительный анализ образа автора осуждений и обвинений в русской и английской публицистике выявляет некоторую национально-культурную специфику этих РЖ. По нашим наблюдениям, в английской прессе осуждения и обвинения от лица собственно журналиста занимают меньшее место, чем в русской прессе. Английские журналисты предпочитают ретранслировать отрицательные оценки, авторами которых являются третьи лица, пересказывая или воспроизводя прямую речь: *While the news was welcomed by all the parties, Kenneth Clarke, a former Tory Health Secretary, accused the Government of timing the announcement today to divert media attention from waiting lists and junior doctors' hours, which were being debated in the Commons yesterday (The Times July21 1999).*

Эти особенности русской и английской публицистики объясняются не только спецификой русского и английского менталитетов: русской склонностью к оценочности и английским стремлением к сдержанности и некатегоричности. Они также имеют правовые основания. В России свобода слова закреплена официально в Конституции и Законе о СМИ, тогда как в Великобритании свобода выражения мнений не закреплена письменно ни в каком законодательном акте.

Кроме того, в английской прессе ярче выражено стремление журналиста к максимально объективному представлению ситуации. Так, обращаясь к судебным разбирательствам, журналист нередко демонстрирует обе точки зрения – обвинителя и ответчика.

В русской публицистике прослеживается тенденция к рассмотрению автором морально-нравственного аспекта проблем. Основанием для таких оценок в русской речи является такая важная черта русского менталитета, как «судейский комплекс». Авторы РЖ на основе «судейского комплекса» отбрасывают в сторону собственные интересы и руководствуются при вынесении оценок категориями морали и нравственности даже в том случае, когда речь идет о нарушении закона, противоправных действиях: *И под сладкую «колыбельную» СМИ про «общечеловеческие ценности» и «вхождение в цивилизованное сообщество» мародеры орудовали повсю, не имея, очевидно, никаких сдерживающих центров: вот, ограбили даже стариков, которым хотела помочь Германия.* (Труд-7 6 сент. 2001).

Ерофеева Т.И.
Пермь

ОБ АСПЕКТАХ ИЗУЧЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ

В ПЕРМСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

Интерес к политическому дискурсу в последнее время не случаен, поскольку вызван в нашей стране бурно протекающей общественной жизнью. В таких современных условиях проблема политической коммуникации приобретает особую актуальность, а социолингвистический аспект данной проблемы охватывает широкий круг вопросов. В связи с этим вполне правомерно выделение политической проблематики в особый раздел **политической лингвистики** со своим объектом, предметом, методами и приемами и т.д., предложенный учеными Уральского государственного педагогического университета.

В рамках заявленной на конференции проблематики отметим некоторые аспекты изучения политической речи в Пермском центре по изучению разговорной речи.

1. Рассмотрим концепты **пространство** и **точка зрения** в речевом исполнении политических лидеров. Материалом для исследования послужила официальная устная речь – предвыборные речи кандидатов на пост Президента России – Б.Н. Ельцина и М.С. Горбачева. Их речи – беседы, интервью (1995 г.) – записаны на видеомagneтофон, общий объем записей – 27 печатных листов. Единицей исследования служат свертхтекстовые категории, понимаемые нами как мировоззренческие концепты, или слова-концепты, которые входят в ключевые концепты эпохи.

Анализ текстов (разбитых на фрагменты) показал, что концептуальная структура некоторых ключевых идеологем подвергается преобразованиям, отражая процесс подведения под форму одного и того же знака разное содержание. Последнее зависит от личности пользователя.

2. «Под знаменем Ленина, под водительством Сталина» В.И. Ленина в публичных выступлениях И.В. Сталина. Материалом исследования послужили 15 публичных выступлений И.В. Сталина (апрель 1920 – март 1929), посвященных В.И. Ленину, его политическим взглядам. Создается политический портрет «великого пролетарского стратега» и его дела – ленинизма. Постепенно, шаг за шагом, из статьи в статью идет канонизация Ленина – вождя. Метафоры, сравнения, повторы, особая лексика, терминология, композиция и обращения – все подчинено в статьях И.В. Сталина главной идее: создать идеальный образ вождя пролетариата, преемником и верным учеником которого он является. Публичные выступления Сталина являются ярким примером жанра в создании культа личности и выполняют функцию идеологического воздействия на народные массы.

3. Газета «Правда» за 1917 г. как политический текст. К разра-

ботке только приступили. Однако отмеченные лингвистические особенности этого текста – обилие лозунгов и цитат - уже позволяют говорить об особой организации такого рода текста, названного в лингвистике тоталитарным.

4. Политический обозреватель в СМИ (телевидение), его стратегия и тактика. Предметом научного исследования является изучение способов наиболее эффективного воздействия на аудиторию.

Лингвистическая реальность – реальность особого рода, плохо поддающаяся фиксации и глобальной характеристике. Представляется, что предложенные способы анализа речи позволяют проникнуть в глубь языка, а полученные результаты могут быть использованы для правомерности выделения политической лингвистики как особого раздела в науке XX века.

Зяткова Л.Я.

Тюмень

СУБЪЕКТИВНАЯ МОДАЛЬНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА НА ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОМ УРОВНЕ

В докладе представлены данные сопоставительного исследования субъективной модальности в российских, британских и американских печатных СМИ. Все статьи объединены одним дискурсивным политическим событием «Война в Чечне». Мы понимаем политический дискурс как совокупность текстов различных жанров, объединенных политической тематикой.

Отношение множественных повествователей российского политического дискурса (РПД) к войне в Чечне выявлялось по восьми лексико-семантическим группам: Чечня, Происходящее в Чечне, Чеченские формирования, Действия чеченских формирований, Россия, Президент России, Российские войска, Действия российских войск. 1. **Чечня** чаще всего имеет нейтральную безоценочную номинацию: *чеченская республика, режа мятежная республика*. 2. **Происходящее в Чечне** российскими журналистами определяется эвфемизмами: *контртеррористическая (антитеррористическая) операция, операция по уничтожению*. Такая формулировка обладает позитивнооценочной направленностью, так как борьба с террором в общественном сознании – это защита населения от посягательств на жизнь человека. Другими распространенными наименованиями происходящего в Чечне являются *военная кампания, чеченская кампания, война, вооруженное противостояние*. Происходящее в Чечне иногда подается с точки зрения другой воюющей стороны как *«борьба с неверными» на Кавказе*. 3. **Чеченские формирования** часто именуется негативнооценочными прагмемами, такими, как *банды полевых главарей, бандиты, бандформирования; боевики, летучие группы*

боевиков, боевики, одуревшие от наркотиков; отпетые ваххабиты, террористы и наемники; просторечными и жаргонными словами *головорезы, беспредельщики, «отморозки», «духи»*. В словосочетаниях *«бойцы независимой Чечни», «борцы за независимость Ичкерии»* используются кавычки, как нам представляется, с тем, чтобы не только выделить чужие слова, но и показать свое неприятие данной точки зрения. 4. **Действия чеченских формирований** описываются российскими журналистами как «жесткие», «ожесточенные»: *очень жестко обстреливали, защищали высоту ожесточенно, открыли кинжальный огонь, предпринимают отчаянные попытки*. Они также характеризуется метафорически: *«кусают» федеральные войска, пытаются «огрызаться»*. Происходит имплицитное сравнение воюющих чеченцев с дикими животными, хищниками, что отражает отрицательное отношение к предмету высказывания. 5, 6, 7. В РПД трудно проследить какую-либо оценку **России**, действий и личности **российского президента** в связи с чеченским конфликтом и состояния **российских войск**. 8. **Действия российских войск**. Журналисты при помощи глаголов действительного залога описывают активные боевые действия со стороны российских войск: *«рвутся в бой», «дрались достойно»* (заслуживая похвалу), *«ужесточили контроль за грузами», «ведут уничтожение террористов»* (глагольное сочетание *«вести уничтожение»* вместо глагола *«уничтожать»* звучит мягче), *«авиация и артиллерия с раннего утра долбила «зеленку», «штурмуют высоты»*. В РПД конца 1999 – начала 2000 года довольно часто негативно оцениваются неудачные действия российских войск и российского командования, критикуется закрытость информации со стороны военных, беспорядки и беззакония в армии, спецподразделениях милиции.

Британский и американский политические дискурсы (БАПД). 1. **Чечня**. В большинстве случаев в БАПД Чечня характеризуется прилагательными, имеющими в своем значении сему «отделение»: *breakaway, separatist, splinter, secessionist republic (region)*. Иногда журналисты указывают на состояние этой республики вне закона *out-law republic*. Во многих случаях Чечня описывается метафорическими эпитетами, которыми она олицетворяется и ей придаются человеческие черты: *recalcitrant, fractious, volatile*. Иногда указывается состояние Чечни: *rebellious, war-ravaged, poverty-ridden*. 2. **Происходящее в Чечне**. Самым нейтральным в модальном отношении является словосочетание *military campaign*, однако оно встречается не так часто. Нельзя не отметить поразительно единодушное отношение множественных повествователей БАПД к происходящему в Чечне, реализующееся в использовании негативнооценочных прагмем *war, inter-*

vention, invasion, occupation, colonialism, подразумевающих захват чужой территории, насильственное вторжение со стороны России, а также conflict, offensive, assault, foray. Все указанные выше слова наделяются пейоративными эпитетами-прагмемами: brutal, ruthless, disastrous, vicious, wildly popular, bloody, savage, fierce. Все эти слова объединяются семами “злой”, “жестокий”. Что же касается происходящего с чеченской стороны, то журналисты БАПД почти единодушно называют его восстанием, сопротивлением: *the Chechen rebellion*.

3. **Чеченские формирования.** Самая частотная номинация, встречающаяся в британском и американском политических дискурсах – это *rebels, separatist rebels, rebel defenders* и синоним *insurgents*. В обоих случаях обозначается неповиновение руководству, государственным властям, отказ подчиниться принятому порядку. Также частотно употребление существительного *fighters / Chechen fighters* или *militants*, упоминается религиозная принадлежность *Muslim fighters*. Необходимо отметить активное использование существительного *guerilla (Chechen guerillas, guerilla forces)*. Иногда журналисты высказывают сожаление по поводу участи чеченцев: *poor Chechens, the wretched Chechens*.

4. **Действия чеченских формирований** описываются авторами БАПД следующим образом: 1а) фактологическое описание действий чеченских формирований 1б) обращение внимания читателя на успешность, решительность действий чеченской стороны 2а) негативное отношение к российской стороне и одобрение действий чеченской стороны прослеживается в метафорических употреблениях 2б) при помощи использования оценочно-характеризующих слов – прагмем 3) употребление сленга 4) обращение к высокому слогу, пафосной речи свидетельствует об одобрительном отношении говорящего к действиям чеченских формирований, о его приверженности к одной из сторон.

5. **Россия** представлена с различных точек зрения. С точки зрения чеченцев: «Chechens...see Russia as a fading superpower with imperialist ambitions...» [CSM 04.08.94]. С точки зрения британских или американских политиков: “Russia is paying a price for its conduct in Chechnya” [Gu 08.01.00]. С точки зрения автора статьи, редакции. Заезжий стереотип “русского медведя”, оставшийся со времен холодной войны, сигнализирует о негативном отношении к России: “...Russian bear still has some fight in him” [Gu 08.12.99].

6. **Президент России.** В бытность В. Путина премьер-министром, а также в начале его президентства, в БАПД прослеживается весьма нелицеприятный о нем отзыв: *the war's author, ice-hard ex-KGB man, the old KGB hand, man of steel, hawkish prime minister V. Putin, the engineer of Russia's campaign in Chechnya, the political architect of the Chechen war*. Все приведенные примеры

являются метафорами. Кроме указания на то, что военный конфликт в Чечне был инициирован В. Путиным, в этих метафорах дается оценочная характеристика премьер-министра (сталь ассоциируется с крепостью, твердостью, а лед с хладнокровием). Неприязнь к КГБ переносится и на бывшего его сотрудника. 7. При описании **российских войск** преобладает пейоративная абсолютная оценка российской армии, плохая боеспособность, недисциплинированность, недостаточное обеспечение питанием, моральное разложение и т.д. В большинстве случаев присутствует абсолютная пейоративная оценка, выраженная либо прилагательными *bad / poor*, либо наречиями *badly / poorly*. 8. Наиболее частотными при описании **действий российских войск** являются акциональные глаголы и глагольные сочетания со значениями подавления (*subdue, press ahead, vanquish, smash into submission*), *разрушения* (*reduce to ruins, obliterate, blast into rubble, wipe out*), интенсивных военных действий (*rain down, unleash a massive fusillade*), дисциплинарных мер (*crack down*) и другие.

Резюмируя все выше изложенное, необходимо констатировать тот факт, что в БАПД военный конфликт в Чечне оценивается чрезвычайно негативно, он концептуализирован как несправедливая, захватническая война, «оккупация», «вторжение», «интервенция» со стороны России и «война за независимость», «восстание, мятеж» со стороны чеченцев. Россия предстает в роли обидчика, а чеченская сторона – в роли обиженного. Чеченские формирования, в представлении британских и американских журналистов, являются партизанами, повстанцами. Россия как страна охарактеризована негативно, до сих пор бытует стереотипный образ России в виде медведя. Российский президент В. Путин описывается метафорически как «инженер», «автор», «архитектор» чеченской войны. В целом, модальность БАПД можно охарактеризовать как политический негатив. В РПД существуют более разнообразные точки зрения на происходящее. Чеченский конфликт именуется как эвфемизмами, которые прикрывают суть вещей, так и войной. Отношение к чеченским формированиям, как правило, негативное. В номинациях чеченской воюющей стороны прослеживается семантика незаконности, преступных действий. В рассмотренных нами российских газетах с конца 1999 г. и до наших дней наблюдается критическое отношение российских журналистов к военному конфликту в Чечне и привлечение внимания читателей к существующим проблемам в российской армии, действиям российского командования и российских войск в Чечне.

Иванова Е.М.
Череповец

О ТРАДИЦИОННОСТИ СОВРЕМЕННОГО

ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Активизация исследовательского интереса к политическому дискурсу со стороны политологов, психологов, социологов, лингвистов, PR-специалистов, которая наблюдается в последнее время, связана, в первую очередь, с окончательным пониманием того, что политический дискурс (ПД) - существенная и значимая часть современного коммуникативного пространства в целом. Эта значимость предопределяется самой природой ПД как языка энкратического, т.е. языка, развивающегося и получающего характерные черты «в свете (или под сенью) Власти, её многочисленных государственных, социальных и идеологических механизмов» [Барт 1994: 53].

Мысли Р.Барта о делении дискурса в зависимости от его отношения к Власти получили оригинальное продолжение в работах французских дискурсивистов, прежде всего М. Пешё, П. Серио, П. Анри, К. Фукса

Признавая «относительную отстраненность идеологической формации по отношению к дискурсной» [Пешё, Фукс 1999: 109], Пешё и Фукс всё-таки отстаивали *обязательность воздействия* (курсив наш – Е.И.) на дискурсную формацию недискурсных идеологических элементов (представлений, образов и т.п.).

В совместной работе «Итоги и перспективы. По поводу автоматического анализа дискурса» Пешё и Фукс отмечают: «Дискурсная формация ...может порождать элементы, которые включаются в новые дискурсные формации, устанавливаются внутри новых идеологических отношений». В аспекте решения вопроса о традиционности ПД важность этого замечание трудно переоценить. Представляется, что разговор о традиционности ПД может лежать в плоскости установления природы и характера этих самых возвращающихся, приспособляющихся и порождающих элементов.

Если попытаться дифференцировать наследуемые элементы политического дискурса по их природе и характеру, то может сложиться нечто подобное уровневой системе организации.

Первая группа таких элементов, потенциальный первый уровень, будет связан с главными, конститутивными признаками ПД: с категорией «воли к власти», включенной современной психологией в ряд основополагающих мотивов человеческих поступков и предельно актуализированной в сфере ПД. Наследоваться здесь могут, прежде всего, дискурсные элементы, связанные с выбранными в качестве доминантных и приоритетных в данной социальной модели путями реализации «воли к власти». Это либо позитивный рациональный путь, базирующийся на Убеждении, либо путь инстинктивный, в основе которого категория **не убедить, а заставить**, опираясь на два стиму-

ла - страх и корысть. И тогда мы имеем речевое императивное воздействие в качестве приоритета дискурсной формации. Совершенно очевидно, что здесь появляется широкий контекст для анализа наследуемых элементов дискурсной формации (связь с логосферой, социальной моделью, автократия, демократия и т.д.).

В первой группе должны оказаться и элементы, проявляющие второй конститутивный признак ПД, - элементы агональности, свидетельствующие о наличии оппозиции «свой / чужой» вне зависимости от выбранного в социальной и политической модели пути реализации «воли к власти».

Вторую группу, потенциальный второй уровень организации, будут наполнять элементы, уже более факультативные по своему характеру, связанные с набором свойств языка политики: большой смысловой неопределенностью, фантомностью, фидеистичностью, эзотеричностью, театральностью, дистанцированностью, институциональностью, агрессивностью (если говорить о подмеченной и проанализированной тенденции в современном отечественной политическом дискурсе).

И, наконец, третья группа наследуемых элементов дискурсной формации, потенциальный третий уровень, это уровень отдельных слов и словосочетаний, которые выражают центральные для данной политической концепции ценностные понятия и вокруг которых наблюдается «наибольшее мифологическое напряжение»: **Родина, национальное достоинство, национальная идея, социальная справедливость, правовое государство, цивилизованный рынок** и т.д.

Ильина М.Г., Тащиенко А.В.
Кемерово

ПУБЛИЧНЫЕ ДИРЕКТИВЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (на материале выступлений Ж.Ширака)

Актуальность изучения публичных директивов определяется необходимостью исследования функционирования в межличностных отношениях носителей французского языка категории вежливости, понимаемой как право личности на уважение ее достоинства. Практическим материалом послужили публичные выступления президента Французской Республики Жака Ширака. Было проанализировано 10 выступлений, освещающих события важные как для истории страны (выборы во Франции, перенос пепла А. Дюма в Пантеон), так и для развития отношений с другими странами, в частности с Германией, Ираком. Из этих выступлений было выбрано 190 наиболее распространенных и показательных директивов. Практический материал разделен на тематические блоки и проанализирован с точ-

ки зрения выбираемой говорящим коммуникативной стратегии. В речах французского президента присутствуют три основных типа директивов: прескриптивы (обнародование и обоснование позиции Франции по отношению к войне в Ираке), реквестивы (предвыборные речи, речь в Пантеоне) и сггестивы (речь перед депутатами Германии о взаимопомощи и объединении своих сил для укрепления Европы).

Выступления Ж.Ширака строятся по принципам прямых и косвенных речевых актов. При этом следует отметить явное преобладание косвенных форм выражения директивов (всего 173) преимущественно со стратегией намека, использование которой позволяет наиболее эффективно достигнуть желаемого результата. В частности широко используются предложения с модальными глаголами, входящими в составное модальное сказуемое и повествовательные предложения с безличными конструкциями со значением долженствования (79). Директивы, выраженные инфинитивными конструкциями занимают второе место по количеству примеров (27), следовательно, из всех стратегий с компенсирующим актом говорящий отдает предпочтение той, которая показывает, что нужды говорящего и адресата близки (или совпадают).

Наибольшим разнообразием в выборе грамматических конструкций отличаются предвыборные выступления Жака Ширака: можно говорить о широком использовании в речах перед избирателями глагольных конструкций со значением долженствования, инфинитивных конструкции со значением призыва, прямых императивных конструкций со значением призыва и приглашения для реализации приема интимизации и косвенных форм с глагольным предикатом в форме простого будущего (*futur simple*). Грамматические формы со значением долженствования занимают значительное место в выступлениях Ж.Ширака перед депутатами Германии. Применяя разную языковую тактику воздействия на адресата, президент Франции старается повлиять на большее количество слушателей (избирателей, депутатов).

Отправитель сообщения обладает высокой языковой культурой. Проведенное исследование позволяет с уверенностью сказать, что Ж. Ширак как представитель власти во Франции уделяет огромное внимание отношению к слушателю и старается сделать свое выступление максимально вежливыми. Выражая свое коммуникативное намерение открыто, Ж. Ширак использует преимущественно в своих речах призывы и предложения, а не приказы и запрещения. Когда говорящий пользуется стратегией положительной вежливости, то он отдает предпочтение просьбам. Чтобы ввести в силу стратегии по-

ложительной и отрицательной вежливости, говорящий использует разнообразные стилистические средства. В своих обращениях к народу французский президент отдает предпочтение прямому способу выражения своего коммуникативного намерения, т. е. он стремится оказать определенное иллюкативное воздействие на слушателя путем использования таких языковых средств, иллюкативная сила которых легко опознается слушающим. Выбирая прямые формы выражения - в основном глагольные и именные императивные предложения, Ж. Ширак чаще всего совершает директивный речевой акт прямо, открыто, кратко, избегая двусмысленности. Представляя свои коммуникативные намерения в виде предупреждений и требований, в большинстве случаев Ж.Ширак проявляет заботу о благосостоянии адресата (французских избирателей, народов Франции и Германии и пр.), и поскольку эти прагматические типы высказываний имеют в виду пользу адресата, то не наносят ему морального ущерба. Их форма не нарушает максимы количества, не маскирует запретительный смысл и не требует вежливости, которая в этом случае имеет второстепенное значение. Прескриптивные директивы, в которых говорящий занимает приоритетную позицию, не являются болезненными для получателей сообщений, а значит не ущемляют их личное достоинство и не вступают в конфликт с национальным этикетом.. Чтобы склонить адресата к действию и избежать при этом конфликта, говорящий аргументирует свои просьбы, проявляет интерес к нуждам слушающего, призывает слушающего к совместной деятельности, утверждает общие ценности, представляя ликоущемляющие акты как общепринятые правила.

В каждом выступлении присутствует перформант благодарности, что говорит о заботе говорящего и его вежливом отношении к адресату. Способы и формы лингвистического оформления публичных директивов зависят как от их содержания и условий предъявления, так и от того, насколько институты власти и ее представители уважают этические права граждан.

Иссерс О.С.
Омск

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОЕДИНОК В СИТУАЦИИ ВЫВЕДЫВАНИЯ ИНФОРМАЦИИ (на материале публичного интервью)

В современном коммуникационном пространстве информационной безопасности придают иногда не меньшее значение, чем военной, вследствие чего проблема выведывания информации представляет одну из типичных коммуникативных «интриг», обретающих ранг стратегии. Заинтересованность в получении информации может об-

наруживаться в виде прямого запроса либо в виде приемов воздействия, стимулирующих выдачу информации адресатом в условиях его сопротивления. В последнем случае мы имеем дело с ситуацией выведывания информации, в которой каждый из коммуникантов имеет свою стратегию, реализующуюся в серии тактических приемов. Целью исследования является установление спектра типичных тактик, направленных, с одной стороны, на выведывание информации, а с другой – на ее сокрытие.

Общая стратегия выведывания информации может быть опознана методом контент-анализа – по соотношению вопросов расспрашивающего и типов ответов его партнера по коммуникации. Обычно сокрытие информации диагностируется отрицательным балансом ответов по существу (преобладают негативные реакции респондента, выражающиеся в уклонении от темы, подмене темы и проблемы либо в прямых отказах отвечать). Анализ материала показал, что степень имплицитности запроса варьируется от слабо завуалированного намерения говорящего в заинтересованности той или иной информацией до тщательно маскируемой коммуникативной цели. Наиболее частотными тактиками выведывания информации являются следующие.

Наведение темы. Тактика базируется на операции ассоциативного соскальзывания: предлагая обсудить тематически близкую предметную область, интервьюер рассчитывает на последующее якобы ненамеренное соскальзывание на интересующую его тему. Сопротивление адресата осуществляется как через прямой запрос (*А при чем здесь это?*), так и через уклонение от развития темы.

«Игра по правилам». Одним из корректных приемов выведывания информации является уступка собеседнику, связанная с пониманием ограничений на выдачу информации, налагаемых должностными обязанностями, требованиями этики и т.п. Уступка осуществляется через метакоммуникацию, в ходе которой стороны приходят к общим правилам ведения дальнейшего диалога.

Частичный запрос строится на когнитивной операции сближения (отождествления) части и целого: если проблема может быть представлена как комплекс частных проблем, аспектов, то обсуждение хотя бы некоторых из них косвенно подводит к информации более общего характера. Сопротивление адресата выражается в блокировании развития темы.

Установление связей и отношений с объектом интереса. Прием базируется на когнитивном механизме отождествления по отдельному признаку: запрос о наличии связей с каким-либо объектом интереса есть, по сути, первый шаг к более конкретным расспросам о

нем. Стремление интервьюируемого дистанцироваться от объекта интереса служит косвенным подтверждением того, что тактика опознана.

Навязывание пресуппозиций. Актуальная для расспрашивающего информация может содержаться в пресуппозиционном компоненте высказывания в виде утверждения, которое якобы одинаково понимается и принимается обоими коммуникантами. «Неопровержение» пресуппозиций может служить подтверждением их истинности и таким образом являться - «по умолчанию» - актом передачи информации. В качестве контрприема используется обсуждение и опровержение пресуппозиций.

Принуждение через обвинение, или игра без правил. Прием носит явно выраженный провокационный характер. Содержащееся в высказывании обвинение моделируется через привнесение в ситуацию несуществующих в ней событий, фактов и требует оправданий либо объяснений, так или иначе связанных с проблемами, представляющими интерес.

Сомнение как стимул-запрос (апелляция к слухам). Суть данного приема заключается в стремлении заменить ненадежный источник информации на заслуживающий доверия. Сомнение может выражаться как в форме прямого вопроса, так и в форме предположения, с указанием на его гипотетический характер

Комплимент также нередко выступает в качестве стимула к выдаче информации. Вопросы типа «Как вам это удалось?» являются прямым подтверждением причастности к проблеме, требуют от респондента большей детализации и служат удобным поводом для дальнейших расспросов.

В качестве контрприемов в ситуации выведывания информации выступают, кроме указанных выше, следующие тактики: уход от ответа, подмена темы, индефинитизирующие (по Ю. Левину) рассуждения, обида и т.п.

Универсальность и повторяемость коммуникативных приемов в ситуации выведывания информации определяется, на наш взгляд, комплексом стандартных когнитивных операций, лежащих в основе воздействия на сознание собеседника, не намеренного добровольно поделиться имеющимися сведениями. Выведывание информации – своего рода коммуникативное насилие, осуществляемое мирным путем в рамках социальных конвенций.

Каслова А. А.

ФИНАНСОВАЯ МЕТАФОРА В РОССИЙСКОМ И АМЕРИКАНСКОМ АГИТАЦИОННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Выборы главы государства – важное событие в масштабах всей страны. Представляя собой «пик» политической активности, избирательная кампания характеризуется активизацией языковых средств, используемых для ее репрезентации. Выявление, описание и оценка концептуальных метафор в российском и американском политическом дискурсе позволяет выявить как общие для двух стран представления о мире политики, так и свойственные отдельной лингвокультурной общности метафорические доминанты. Ведущие метафорические модели – это те, в основе которых лежат физические и социальные явления, составляющие основу человеческой деятельности и взаимоотношений внутри социума, а также между членами различных сообществ [Чудинов, 2001].

Актуализация исходной понятийной сферы «экономика» в американском политическом дискурсе связана с ее детальной структурированностью в национальном сознании [G. Lakoff, 1991, 1996]. Экономическая сфера общества является базовой в системе общественных отношений.

Метафорическая модель **«ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ПОДБОР МЕНЕДЖЕРА»** в американском политическом дискурсе включает словоупотребления, репрезентующие накопленный опыт, авторитет в сфере политики, а также возможности и перспективы кандидатов в президенты и их помощников. В связи с этим в текстах предвыборной агитации регулярно встречаются метафорическое наименование *political capital* (*политический капитал*), представляющее собой «стертую» финансовую метафору, актуализация внутренних смыслов которой происходит за счет контекстологических средств. Ср.: *For Bush, tackling these issues will require spending political capital* (F. Zakaria / Newsweek, 7.05. 01). [*Решение в свою пользу этих вопросов для Буша будет равносильно расстрате политического капитала.*]

Активная деятельность участников предвыборной кампании широко представлена метафорикой, обозначающей в соответствии с тематикой источниковой сферы, разнообразные коммерческие операции: *to market a product* (*находить рынок сбыта*), *to bid* (*предлагать цену*), *to get credit* (*получать кредит*), *to huckster* (*торговаться*). Субъекты политики, кандидаты в президенты могут номинироваться как лица, занимающиеся коммерческой деятельностью, или же работники предприятий, находящиеся на разных ступенях служебной иерархии: *steward* (*служащий*), *bargainer* (*торговец*), *a man in*

charge (управляющий делами, заведующий), master (хозяин), manager (управляющий, заведующий). Ср.: In fiscal policy, he's (Bush) now a deficit spender, advocate of bigger government, a micromanager of a macro economy (H. Fineman, M. Brant / Newsweek, 29.11.01). [В вопросах финансовой политики он (Буш) сейчас увеличивает дефицит, выступая за расширение правящей элиты, т.е. является микроуправляющим макроэкономики.]

Денотативная сфера применения метафор данной модели целиком охватывает участников президентской гонки, других субъектов политической деятельности, включая действующего президента. Финансовое тематическое поле представляет собой нейтральный, а в ряде случаев позитивно окрашенный источник метафорического словоупотребления в американском политическом дискурсе.

В настоящее время финансовая метафора «набирает силу» в российских публицистических текстах. Исследователи отмечают ее заметную активизацию в последние годы [Чудинов, 2001]. Характеризуя финансовые метафоры в российском политическом дискурсе по степени образности, А.П. Чудинов выделяет два типа в современной политической речи: «живые» метафоры, сохраняющие двуплановость, внутреннюю форму и имеющие, как правило, пейоративную эмотивную нагрузку, а также «стертые» финансовые метафоры с почти утраченной образностью [там же: 21-22].

Как показывает материал, в ситуации выборов президента РФ 2000 года метафоры с финансовой источниковой сферой носят, скорее, окказиональный, чем систематический характер. Все представленные финансовые метафоры относятся к разряду «стертых», т. е. почти утративших образность, не сохранивших двуплановость. Таковыми метафорами являются: *политический капитал, кредит доверия, аванс власти*. Ср.: *Свой «огромный аванс» от россиян Путин получил (МП, 28.03.00). К сожалению, у него (Чубайса) плохая кредитная история. Я имею в виду кредит доверия у населения (В. Путин / РГ, 31.03.00).*

Метафорическая модель «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА – это ПОДБОР МЕНЕДЖЕРА» является продуктивной в американском политическом дискурсе, т. к. активно используется для характеристики профессиональных качеств субъектов политики, действий кандидатов в президенты в рамках предвыборной кампании. Метафорические словоупотребления обладают нейтральным или позитивным оценочным потенциалом в ситуации выборов главы государства Соединенных Штатов. В российском политическом дискурсе представленную метафорическую модель составляют, в основном, «стертые» словоупотребления. Финансово-экономическое тематическое поле актуа-

лизируется на современном этапе в сознании носителей русского языка. Метафорика описываемой модели, несмотря на низкую частотность в рамках президентской кампании в РФ, проявляет потенциал к развертыванию.

Катермина В.В.

Краснодар

ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА В СМИ

Метафора – вездесущий принцип языка. В обычной связной речи мы не встретим и трех предложений подряд, в которых не было бы метафоры. Даже в строгом языке точных наук можно обойтись без метафоры лишь ценой больших усилий: чтобы избежать метафор, надо сначала их обнаружить. Метафоры, которых мы избегаем, направляют наше мышление точно так же, как и те, которые мы употребляем. Язык политики – особый язык, насыщенный абстракциями, эвфемизмами и иносказаниями. Большинство слов и выражений, употребляемых в описании политических событий, используется в непрямом значении. Например: *“...всплеск противостояния между ветвями власти на фоне поисков формулы политсогласия”*. Это огромное поле для функционирования языковых метафор.

Сфера политических языковых игр, по идее, должна быть бедна метафорами, т.к. речь публичного политика в изрядной степени состоит из комиссивных актов (предвыборных обещаний и т.п.), степень последующего воплощения которых в реальность должна быть контролируема. Но, как только центр тяжести переносится на эмоциональное воздействие, что в политической жизни случается чрезвычайно часто, запрет на метафору снимается. Так, когда в речи ультиматум вырождается в угрозу, имеющую своей целью устрашение, он может быть выражен метафорически. Сфера выражения эмоций и эмоционального давления вносит, как в обыденную, так и в политическую речь элемент артистизма, а вместе с ним и метафору. Любой текст, любое высказывание всегда подразумевает реакцию реципиента, направлено на реципиента и предполагает реакцию реципиента. По словам Ю. Лотмана, взаимоотношения текста и аудитории характеризуются взаимной активностью: текст стремится уподобить аудиторию себе, навязать ей свою систему кодов, аудитория отвечает ему тем же. Текст как бы включает в себя образ “своей” идеальной аудитории. Таким образом, использование метафоры (как и любого другого тропа) зависит от структур кодов, образующих семиотические личности автора и предполагаемого интерпретатора (читателя, слушателя, реципиента), краткую характеристику метафоре в политической сфере (*политическая метафора* – термин В.Н.Телия). Политическая метафора несет на себе оценочную нагрузку. Поскольку “...оценочная

деятельность сама по себе имеет прагматическую ориентацию: соотнося субъект и его ценность для потребностей субъекта, она воздействует тем самым на его деятельность...” [Крылов 1996: 30], глобальной задачей использования данных метафор является формирование необходимого отношения потребителя к заданной теме посредством нагнетания эмотивности. Большинство метафор, используемых СМИ, являются *ассоциативными* (термин Г.Н. Скляревской), т.е. устанавливают аналогии между любыми объектами действительности, “...актуализируя избыточные элементы семантики исходного лексического значения...” [Скляревская 1998: 47], то их влияние на формирование отношения потребителей к теме является косвенным, воздействуя не на мышление, а на эмоционально-экспрессивное восприятие аудитории. Итак, метафора в политической сфере преследует следующие прагматические цели: привлечение внимания потребителя; придание новой эмотивной окраски теме; построения авторского видения; восполнение понятийных лакун; усиление “сенсационности” сообщения; “украшение” речи. Основным приемом описания является количественная обработка распределения определенных параметров метафоры, используемых в информационно-политической сфере, существенных для политического образа. Для анализа актуальны следующие характеристики: тип метафоры; оценка; ключевая тема; направленность. Можно выделить три основных типа метафоры по степени градации их эмоционально-психологического воздействия (эмотивности).

1. **Номинативная:** Capital at banks would therefore drop to a ‘crisis’ level, which under law would require the *injection* of public funds.

2. **Образная:** If we go to Iraq, we will go to war with forces that are military equivalent of a *wounded poisonous snake*. They are weakened, but still dangerous, and they may lash out in ways that are truly dangerous.

3. **Базисная модель:** The penetration of our security apparatus by this ever-growing list of moles makes one think of a *gigantic wheel of Swiss cheese –permeated with holes and being nibbled away by hungry little creatures*.

Учитывая то, что номинативная метафора часто является исходным материалом языковой метафоры (“стирается”), а по степени эмотивности наименее действенна (из трех представленных типов) и наименее “читаема” как метафора, можно интерпретировать ее использование как скрытое воздействие. Базисные метафоры, используемые в основном СМИ как средство передачи отрицательного воздействия, представлены в небольшом количестве. Их небольшое количество можно объяснить, как осторожное использование силь-

ной метафоры, не всегда понятной среднему потребителю, в то время как номинативные и образные политические метафоры обладают высокой способностью к передаче образа как можно большему количеству потребителей.

Качесова И.Ю.

Барнаул

РИТОРИЧЕСКИЙ ТЕКСТ: ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ АРГУМЕНТАТИВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК

В последнее десятилетие в современной филологии возрождается интерес к тексту как феномену риторическому. Изменение модуса исследования обусловлено выдвижением на первый план субъекта в коммуникации и предполагает изменение акцентов исследования текста. Таким образом, текст как явление речевое трансформируется в явление коммуникативно-деятельностное, что, в свою очередь, вписывает текст в парадигму аргументативных категорий.

Аргументативные характеристики текста мало изучены; они уникальны. До сих пор в современной литературе открытыми остаются вопросы: любой ли текст можно считать аргументативным текстом; как определить сущностные характеристики текста в аспекте аргументации; можно ли считать текст компонентом аргументативного процесса и каковы его функции? С одной стороны, в теории аргументации текст оценивается как **средство** воспроизведения процесса аргументации (что встраивает текстовую аргументацию в компонент вербализации намерения в риторическом каноне). Такого рода подход признает наличие инвариантной модели аргументативного процесса и предполагает существование текстовых реализаций этой модели. С другой стороны, текст рассматривается как **результат** реализации когнитивной модели аргументативной деятельности (сущностью данного подхода является риторическое изобретение). Возможно описание текста как одного из **компонентов** структуры аргументативного процесса (наряду с такими компонентами, как субъекты аргументации, спорное положение, тезисы, аргументы, поле аргументации). Каждое из этих направлений представляет разные функциональные характеристики текста. Однако особенности жизнедеятельности текста в аргументации требует сопряжения различных (логических, психологических, стратегических и т.д.) подходов. Данное сопряжение мотивировано еще и коммуникативной практикой (особенно в сферах рекламы, политической, PR-коммуникаций и т.д.).

Мы предлагаем одну из моделей определения аргументативного статуса текста. Предполагается, что появление аргументативного текста является, во-первых, результатом функционирования когнитивной модели аргументативной деятельности (далее будет имено-

ваться К-модель аргументации), во-вторых, обусловлено существованием поля аргументации. Следовательно, условиями приобретения текстом аргументативных характеристик (в нашей версии, любой текст при соблюдении ряда условий может считаться аргументативным) являются существование К-модели и действие К-модели в поле аргументации

В процессе порождения аргументативного текста информация проходит несколько этапов трансформаций. На первом этапе аргументатор (первый субъект аргументации S1) создает некоторый **образ текста**. Это этап появления аргументативного намерения (далее А-намерение), которое формируется посредством модальностей «я хочу, мне необходимо, я должен говорить то-то». На втором этапе А-намерение корректируется: образ текста трансформируется в когнитивную модель, сущностью которой является приобретение образом текста аргументативных характеристик (аргументативные характеристики диктуются полем аргументации). Данный этап определяется как **межтекст**, так как его онтологическим свойством является принципиальная возможность качественного преобразования информации. В результате преобразований появляется **квазитекст** (третий этап трансформаций), его содержание определяется модальностью «я должен это сказать». А-намерение преобразуется в аргументативную уверенность (далее А-уверенность). На четвертом этапе после отбора языковых средств появляется собственно **текст**, который передается аргументируемому (второй субъект аргументации S2).

Этапы преобразований **образ текста – межтекст – квазитекст – текст** описывают формальную модель порождения аргументативного текста. Содержание модели определяется трансформацией А-намерения в А-уверенность посредством диктата полем аргументации аргументативных характеристик.

Модель преобразований **образ текста – межтекст – квазитекст – текст** нами рассматривается в качестве внешнего когнитивно-деятельностного механизма порождения аргументативного текста. Внутренний механизм связан с многоаспектностью явления аргументации и представляет собой сложно организованную полевую структуру. Каждый из аспектов аргументации (логический, психоинтеллектуальный, композиционно-структурный, тактико-стратегический) формирует особое поле по характеру выполняемой им функций. Поля функций, сформировавшись автономно, образуют динамическую структуру гиперполя аргументативной функции. Ядерным компонентом гиперполя выступает доминирующая функция. Периферийными компонентами являются условия и способы реализации доминирующей функции. Основными характеристиками гиперполя аргумента-

тивной функции являются множественность полей функций, динамичность структуры, пересечение периферийных компонентов. Таким образом, механизм порождения аргументативного текста имеет два уровня: внешний когнитивно-деятельностный механизм преобразования намерения в аргументативную уверенность и внутренний, реализующийся на этапе межтекста и связанный с динамичностью гиперполя аргументативной функции.

Поле аргументации нами определяется в качестве коммуникативно-предметного пространства. Коммуникативно-деятельностный подход к аргументации позволяет рассматривать поле аргументации как область проявления аргументативной деятельности с позиций структуры аргументации, статуса и функций субъектов аргументирования, особенностей творческого моделирования аргументативного процесса, места и времени осуществления аргументации, учета предметного наполнения и т.д.

Поле аргументации нами определяется как трехмерное пространство, которое характеризуется мерой формы, мерой содержания и мерой сопряженного функционирования.

Мерой формы поля аргументации является его структура. Поле аргументации включает в себя как минимум двух субъектов аргументирования, спорное положение как предмет аргументирования, тезисы, многоаспектно раскрывающие спорное положение, систему аргументов, ситуативный компонент.

Мера содержания поля аргументации определяется взаимодействием субъекта аргументирования с его коммуникативным и предметным окружением. Коммуникативное взаимодействие определяют информационные потоки, которыми оперируют субъекты аргументирования, способы моделирования и структурирования информационного пространства, степень креативности каждого из субъектов. Предметное взаимодействие определяет материальное окружение субъектов аргументирования. Схематично это выглядит следующим образом:

При сопряжении компонентов формы и содержания поле аргументации начинает функционировать как феномен времени и пространства, которые приобретают аргументативные характеристики. Время существования поля аргументации является временем универсальным, соединяющим прошлое, настоящее и будущее. Компонент настоящего обусловлен тем, что аргументация происходит сейчас (now). Компонент прошлого обусловлен наличием определенного опыта и объема информации у субъектов аргументирования до начала аргументации. Компонент будущего представляет собой возможность моделирования аргументативного процесса субъектами

аргументации и прогнозирование результата. Аргументативное пространство включает в себя кроме собственно физического пространства еще и информационное, интеллектуальное, культурологическое и другие виды пространств.

Таким образом, поле аргументации характеризуется сложным составом. Поле включает субъектов, информацию, коммуникацию, материальные объекты, процессы, когнитивные модели и т.д. Наличие внешних и внутренних характеристик, динамическое развертывание пространственного и временного компонентов определяют поле аргументации в качестве сложного объемного образования и делают возможным представление поле как основу репрезентации когнитивной модели аргументации. Поле аргументации не только является базой проявления когнитивной модели, но и само, в свою очередь, диктует образу текста аргументативные характеристики. Развертывание аргументативной деятельности в поле аргументации осуществляется как процесс преобразования А-намерения в А-уверенность при учете требований аргументативных характеристик поля. Именно поле аргументации требует трансформировать информацию, которая содержится в образе текста, в аргументативную информацию (что осуществляется на этапе межтекста).

Керимов Р.Д.
Кемерово

ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ОБРАЗНОЙ МЕТАФОРЫ В СОВРЕМЕННОЙ НЕМЕЦКОЙ ПАРЛАМЕНТСКОЙ РЕЧИ

В современной Германии, которая ведёт своё начало с момента объединения ФРГ и ГДР в 1990 году, политические процессы протекают в ускоренном режиме, что является следствием острейшей конфронтации между ведущими политическими силами Германии.

Эти силы представлены в настоящее время правящей коалицией Социал-демократической партии Германии (СДПГ) и партии Зелёных с одной стороны и оппозиционными ей Христианско-демократическим союзом (ХДС) и Свободной демократической партией Германии (СвДП) с другой. К такой расстановке сил привели результаты выборов в 1998 и 2002 гг. в Германский Бундестаг – нижнюю палату парламента Германии.

Именно Бундестаг является на сегодняшний день главной ареной политической борьбы в ФРГ. Именно в Бундестаге – главном законодательном органе Германии – в жёстком противостоянии ведущих фракций СДПГ, Зелёных, ХДС, СвДП и депутатов Партии демократического социализма (ПДС) принимаются судьбоносные для всей Германии решения, которые определяют стратегию развития страны

на долгие годы.

Основным «орудием производства» парламентариев в такой борьбе при отстаивании интересов своих фракций выступает, конечно же, «слово». С помощью «слова», а точнее – «речи», депутаты пытаются достигнуть нескольких целей, а именно: 1) повлиять на своих политических оппонентов, чтобы принять либо, наоборот, отклонить нужное, выгодное для себя и невыгодное для оппонентов решение (документ, закон и т.д.); 2) воздействовать на население, в первую очередь – на свой электорат, с целью создания положительного ореола вокруг деятельности партии и привлечения, таким образом, в свои ряды новых сторонников; 3) одновременно с самовосхвалением очернить, представить в невыгодном свете позицию, программу своих соперников, их лидеров или отдельных депутатов.

Чтобы эти цели были достигнуты, нужно, чтобы речь, произнесённая в парламенте, была действенной, наглядной, информативной и в то же время агитирующей. Для этого депутаты выстраивают свою речь по всем канонам ораторского искусства. Обязательным элементом подобного выступления является его выразительность, которая создаётся, в том числе и за счёт использования риторических приёмов: тропов и фигур. Главенствующее положение среди риторических средств, употребляемых в парламентской речи, занимает, конечно же, метафора.

Особенно эффективна в этом случае образная, или контекстуальная метафора, то есть метафора, получившая переносное значение в определённом контексте. Данный тип метафор обладает большой образной силой по сравнению с языковой метафорой, уже закреплённой в языке, так как контекстуальной метафоре в полной мере присущи свойства неожиданности, новизны и точной характеристики ситуации или человека.

В рамках лингвистического исследования функционирования образной метафоры в парламентском тексте можно выделить несколько подходов: стилистический, прагматико-коммуникативный, когнитивный, психолингвистический, гендерный, сопоставительный, этногерменевтический и некоторые другие.

При стилистическом анализе на первый план выходят такие характеристики метафоры, которые характеризуют её как яркое средство образности, а именно: морфологические, семантические, структурные типы образных метафор, частотность использования тех или иных метафор в идиостиле одного оратора или одиостилиях нескольких парламентариев.

Частотность употребления тех или иных метафор позволяет судить об излюбленных метафорах немецких депутатов и о возможно-

сти закрепления метафоры в словаре языка.

При рассмотрении морфологических характеристик метафор можно выделить метафоры-слова, когда метафора содержится в одном отдельном слове или отдельном компоненте одного сложного слова, и метафорические словосочетания, у которых переносный смысл заключается в отдельном свободном словосочетании. По частичной принадлежности метафоры можно судить о тенденциях к именному или вербальному стилю в текстах парламентских речей.

Среди семантических оснований переноса наименования можно выделить внешние и внутренние виды переноса. Каждый семантический вид характеризуется своими особенностями и включает в себя семантические механизмы, которые традиционно выделяются в современной стилистике (напр., персонификация, антономазия, синестезия, сходство по форме, по внутреннему качеству и т.д.).

Структурный тип выделяется по формальному наличию в контексте высказывания наименования объекта, который подвергся образному переосмыслению. Выделяются одночленные метафоры (такой объект назван имплицитно) и двучленные (объект назван эксплицитно).

Корреляция всех вышеперечисленных признаков и внимательное их изучение позволяет выделить особенности функционирования образной метафоры как средства образности в текстах парламентских выступлений.

Клепалова И. А.
Каменск-Уральск

ПРИНЦИПЫ ИГРОВОГО ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЯ ПТ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Изучение прецедентного текста (далее ПТ) как культурного феномена поставило перед исследователями задачу описания принципов функционирования ПТ в современном информационном пространстве. Речь идет об уподоблении свойств и составляющих прецедентности «массовой культуре». Можно выделить два подхода в изучении ПТ как знака «массовой культуры»: во-первых, ПТ рассматривается как «информационная свертка», как способ реализации «фоновых знаний» [Кузьминская], призванных затрагивать сложные когнитивные структуры путем актуализации ассоциативной многомерности, во-вторых, ПТ описывается как знак, способный к редукции закрепленного за ним «культурного пространства» (термин Д.Б. Гудкова), и в этом отношении ПТ определяется К. Богдановым как «знак фрагментарного усвоения культуры», Д.Б. Гудкову и Москвичи изучение принципов функционирования прецедентных феноменов в массовой культуре позволяет описать способы релятивизации лин-

гвокультурных концептов, воплощением которых являются ПТ. В. Сыров говорит о ПТ как о мифологеме, как о единице с полностью опустошенным культурным содержанием, способной под маской традиционной культурной формы передавать культурный смысл, определенный новой моралью.

Эти свойства ПТ делают их максимально употребительными в газетном дискурсе, который в свою очередь является составляющей политического дискурса. ПТ или его трансформированный вариант, представленный как сильная позиция текста, как его заголовок, апеллирует, с одной стороны, к фоновым культурным знаниям адресанта, что облегчает восприятие заголовка, с другой стороны, является «стратегической базой» культивирования у адресанта определенных оценочных отношений и культурных акцентов, что приводит к новой ассоциативно культурной интерпретации заглавия.

Таким образом, ПТ становится основной единицей, так называемой, социокультурной игры, которая в свою очередь является принципом «культивирования определенных образов сознания», «игрой со стандартными дискурсами» [Скворцов, 2001: 55]. Основной принцип социокультурной ЯИ состоит в возможности прочтения на базе изначальной культурной информации, закрепленной за определенным ПТ нового образа сознания, вступающего в скрытый диалог с культурным стереотипом, то есть вступающего в процесс освобождения от определенных культурных маркеров сознания.

Сознание «массового человека», проглядывающее через культурно маркированные единицы языка и приводящее культурные стереотипы в соответствие собственному мировосприятию становится предметом анализа и отображения при тиражировании двух основных принципов:

- Дискредитация культурного канона
- Имитация культурного канона

Иллюстрированием данных принципов является описание языковых механизмов обыгрывания ПТ – знака современной культуры, рожденного в современной информационной культурной ситуации. В качестве примера такого прецедентного знака можно использовать ПТ «Овечка Долли», ставший аллегорическим воплощением идеи клонирования. Пародийное обыгрывание этого актуального культурного знака проявляется в приспособлении его к профанирующим культурным контекстам: *«Овечка Долли не вернется к нашим баранам» («Новая газета» 2001г. №14).*

Игровое преобразование ПТ в данном заголовке строится на механизме игровой контаминации двух ПТ, осуществляемой действием языкового принципа ассоциативной выводимости «овечка» - «баран».

Второе ПВ – известная французская поговорка «вернемся к нашим баранам», имеет первоначальное значение «снова обратиться к чему-то уже надоевшему». Таким образом автор провоцирует оценочное поле, свойственное восприятию этого прецедентного знака «массовым читателем», выражаемое в отношении к идее клонирования как к постоянно муссируемой в СМИ и уже надоевшей. Игровая ассоциативная выводимость «овечка» - «баран» приводит к распаду крылатого выражения, в результате чего ассоциативно спровоцированным оказывается восприятие слова «баран» в его инвективном значении. Итогом данных игровых преобразований становится формирование образа речевого поведения «массового читателя», приводящего данный ПТ в систему своих оценочных отношений.

Созвучным идее клонирования является игровой имитационный лозунг врачей, представленный в качестве заглавия: *«Все готово к пересадке головы человеку»* (АиФ, 2001№46). Данный заголовок обыгрывает речевое поведение ученых-врачей. Игровое профанирующее наполнение данной структуры проявляется в слове «головы», что провоцирует вывод о культивировании учеными нового создания человека. Игровое наполнение данной структуры приводит к восприятию адресантами культурного многоголосия: на фоне культурно маркированной структуры выступает игровое профанирующее речевое поведение «массового читателя»

Социокультурная языковая игра становится функционально значимой в политическом дискурсе, так как является принципом обыгрывания стандартных образов сознания. ПТ в свою очередь имеют важное свойство «культурной многоликости», делающее их базой игровых культурных преобразований.

Клочко Н.Н., Самойлова К.А.
Латвия

ПРАГМАСЕМАНТИЧЕСКАЯ СИММЕТРИЯ И АСИММЕТРИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ В ЧЕШСКОМ И РУССКОМ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДИСКУРСАХ

Прецедентные феномены – явление, безусловно, ярко культурно маркированное, понятное носителям одной культуры и, возможно, абсолютно закрытое в семантическом плане для представителей другой культуры.

Прецедентные высказывания (ПВ), являясь собственно лингвистическим феноменом, функционируют как единицы дискурса: выполняют реляционную, отсылочную функцию, воспроизводя в «кодовом» исполнении фрагмент действительности. Обращенность ПВ к внеязыковой реальности, с одной стороны, и вхождение в языковую сис-

тему, с другой, даже в близкородственных языках детерминирует их разные прагмасемантические профили, которые задаются интерными и экстерными функциями исследуемых единиц.

Интерные функции определяются внутренней, системной сущностью ПВ, под экстерными функциями понимается языковая стилизация логико-содержательных категорий, служащая в своей конечной цели удовлетворению коммуникативных потребностей.

Прагматический потенциал ПВ в политическом дискурсе связан также с их типологической принадлежностью.

Тождественность прагматического впечатления при актуализации ПВ в чешском и русском политическом дискурсе (совпадение экстерных и интерных функций) обеспечивается универсальным характером рассматриваемых единиц: *быть или не быть; король умер, да здравствует король; все течет, все изменяется* и др.

Строгая соотнесенность экстерных и интерных функций может нарушаться наличием в ПВ специфических коннотаций: однопорядковые в чешском и русском языках ПВ, восходящие к цитатам классиков (идентичность интерных функций), в дискурсивных пространствах приобретают разные по своему характеру прагматические шлейфы (несовпадение экстерных функций). Как правило усеченные формы ПВ в русском дискурсе несут на себе черты советской (тоталитарной) знаковости и воспринимаются как элемент пародирования официоза. Прагматический код ПВ такого типа в чешском политическом дискурсе принципиально другой: ПВ (неусеченные) используются как знак авторского скептицизма. Отмеченные различия демонстрируют более резкую в русском политическом дискурсе тенденцию ПВ к «вышучиванию, травестированию» [Земская, 1996] и большую по сравнению с русским дискурсом степень стандартизации в речевых реализациях ПВ.

Иллюстрацией того, что знаковое единообразие не влечет за собой идентичности смыслов (прагмасемантическое расподобление), могут служить ПВ, относящиеся к собственно национальному когнитивному пространству, например, речевые воплощения, построенные на основе гашековских приемов гротеска, гиперболы, карикатуры.

Чешское национальное сознание отзывается на психологические установки нации, фиксирует их, а затем продуцирует в новых формах. Таким психологическим инвариантом в структуре чешского ментального пространства является подчеркнутая ироничность. Ирония как речевая доминанта определяет прагматический профиль чешской политической логосферы. Можно с уверенностью сказать, что чешский политический дискурс несет на себе отпечаток национальной склонности к иронизации событий, фактов реальной жизни. Ос-

колки «ироничных» национально-прецедентных текстов задерживают внимание читателей и сообщают информационному материалу неожиданное дополнительное измерение.

Цитация (прямая или трансформированная) национально-прецедентных текстов в сопоставляемых дискурсах выполняет различные функции: в русском дискурсном пространстве актуализация ПВ в значительной степени повышает прагматический эффект информации, в чешском чаще всего стабилизирует эмоции. Снижение эмоционального накала, удержание эмоций читателей в русле ироничного восприятия «взрывоопасной» информации – те когнитивно-инструментальные возможности, в рамках которых реализуется тенденция гуманизации чешских mass media.

Комарова З.И., Плотникова Г.Н.
Екатеринбург

СЕМАНТИКО-КОГНИТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ

В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (на материале интервью)

Выбор в качестве источника анализа речевого жанра интервью не случаен, поскольку именно этот публицистический информационный жанр является той многогранной и подвижной формой, в которой в большей степени опробуются, «обкатываются» все те новые языковые явления, характерные данному времени. А если учесть тот факт, что особое внимание при этом уделяется такому изложению материала, который обладает значительной убеждающей силой, что требует и известной стилистической корректировки: «в большой цене сейчас то, что четко выражает мысль, в меньшей – то, что эмоционально и изобразительно окрашивает текст» [Аргументация в публицистическом тексте. Свердловск, 1992: 4], а также «неравенство объемов и информации у общающихся сторон + запрос информации» [Там же: 31], то это дает основание полагать, что анализ эмпирического материала в этом жанре позволит более «объемно» выявить семантико-когнитивные процессы в политическом дискурсе.

При этом следует учесть, что в жанре политического интервью акцентируется взаимосвязь когнитивных механизмов воздействия на электоральное сознание для создания упрощенного представления проблемной ситуации – стратегии редукционизма (О.П.Миронова).

Стратегия редукционизма в современном политическом дискурсе «сняла» резкое противопоставление лексики общенародной и лексики терминологической: так как даже термины в интервью реализуют не содержательные, научные понятия, которые могут быть не известны читателю, а лишь элементарно-бытовые понятия. В связи с этим наблюдается своеобразная консолидация этих двух лексиче-

ских пластов, и потому семантико-когнитивные процессы для них являются общими.

Назовем основные из них. Ведущим типом семантических инноваций, как было уже отмечено неоднократно в лингвистической литературе (Баранов, Караулов, Вершинина, Чудинов и др.), является метафора как инструмент, обеспечивающий перенос знаний из одной концептуальной области в другую и представляющий собой **семантико-когнитивный перенос**: «голубые каски», «мозговой центр», «холодная война», «третий мир», «пятая колонна», «психологическая война», «утечка мозгов» и др. Таких примеров метафорических терминов можно привести десятки.

Нередко в текстах находим развернутые метафоры: 1. *Два переворота – августовский и декабрьский – разбили стенки пробирки, в которой он собирался и дальше выращивать зародыш нового российского общества* (А.С. Грачев о М.С. Горбачеве). 2. *Стратегия усыновления уже дважды дала сбои – с А. Лебедем и Б. Немцовым* (И. Бунин). 3. *Михаил Горбачев взял на себя роль «акушера истории...»* (О.А. Гриневский). 4. *Замки, построенные на песке политологами, смываются первым же дождем* (Е. Шестопап). Иногда все интервью представляет собою развернутую концептуальную метафору. Так, интервью Л. Андрусенко («Полис», №4 – 2000) о Союзе правых сил построено на метафоре игрового поля хоккейной команды.

Наряду с метафорой довольно часто встречаются литературные аллюзии: 1. *«Первый бал» Эдуарда Шеварнадзе состоялся 30 июня 1985 г. в Хельсинки* (О.А. Гриневский). 2. *Современные российские политики, как обычные граждане, довольно туманно представляют себе демократию, видя в ней нечто «приятное во всех отношениях»* (Е. Шестопап). 3. *Другой подход исходит из принципиальной неприменимости западных политических концепций и теоретических схем к российской действительности, которую, как известно, «аршином общим не измерить»* (Е. Шестопап).

Иным типом семантического переосмысления являются **семантические сдвиги** как изменение значения внутри одной концептуальной сферы. Показательным примером этого явления являются лексико-грамматические сдвиги относительного прилагательного политический, которое используется как составной компонент в названиях 139 Российских общественно-политических объединений (на 1 января 1999 г.), а также в 192 составных политических терминах [Современный политологический словарь. В 2 т., М., 2000], в которых выражается свыше 60 специализированных относительных значений, таких, как: *осуществляющий, влияющий, подчиняющий, связанный, направленный, создаваемый, характеризующий, регулирующий,*

функционирующий, обладающий и др.

Особым типом инноваций является лексическое замещение старых политических терминов-понятий новыми, например: известная теория «Героя и толпы» [т.1: 257-258] в современной политологии вместо понятий толпа и герой широко употребляются понятия лидер, элита, партия, массы. При этом видовые функциональные термины-понятия родового лидер образованы метафорическим путем: 1. *лидер-«знаменосец»*. 2. *лидер-«служитель»*. 3. *лидер-«торговец»*. 4. *лидер-«пожарник»*. (М. Херман). Более сложную квалификацию политических лидеров России дает Н.Г. Щербинина («Полис», №4 – 2000), которая, с одной стороны, опирается на цветовую триаду (бело-красно-черное) как символический «архетип человека» (по Тэрнеру), а с другой стороны, - на чисто русский менталитет, реализующий три типа российских лидеров: *лидер-белый, лидер-красный, лидер-черный*. Данный пример свидетельствует об очень сложном когнитивно-семантическом процессе общечеловеческой и русской символизации.

**Комарова З.И.
Екатеринбург**

О ГИБРИДНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ТЕРМИНА

В 80-90-е годы XX века отечественные и зарубежные ученые-политологи писали о концептуальной путанице и многозначности терминов политической науки, которая «не имеет еще строго определенного предмета исследования, она аморфна и гетерогенна» (Ф.Гринстейн, Н.Полсби). Начало нового века ознаменовалось бурным развитием специализации и фрагментации политических дисциплин, в результате чего, как свидетельствует франко-американский ученый Маттеи Доган, возникли 144 области, из которых более ¾ являются гибридными отраслями научного знания. От этих гибридных специализаций отпочковываются новые «отростки», которые во втором поколении дают еще большее число терминов-гибридов. При этом общая конфигурация гибридных областей постоянно меняется: так, если *политическая психология, политическая социология, политическая экономия, политическая география и политическая философия* признаны самостоятельными научными областями, то *политическая антропология и сравнительная политология* еще не обрели автономии. Исходя из этого, очевидно, что гибридность политического термина обусловлена прежде всего гетерогенностью самой политологии, а также специализацией и фрагментацией политического знания в наши дни.

Генеалогическое дерево политической терминосферы формировалось с античных времен, но собственно политических терминов

сравнительно немного (1:100): от наиболее древнего термина *власть*, введенного еще Аристотелем, до одного из новых терминов *распад*, возникшего с распадом Советского Союза. В целом же понятийно-терминологическое наследство доставшееся этой науке, изобилует заимствованиями, представляющими собой гибриды в том смысле, что они создавались в лоне других научных дисциплин, а затем заимствовались в политологию, семантически адаптируясь в контексте данной науки.

Так путем перенесения понятий, теорий и методов были заимствованы термины:

- **из социологии:** *клика, сплоченность, агрегат, коллективное поведение, иерархия, индивидуализм, легитимность, сегрегация, социальный класс, социализация...*

- **из психологии:** *аффекты, амбивалентность, эмпатия, личность, сознание, стереотип, установка...*

- **из экономики:** *размещение ресурсов, картель, корпоративизм, индустриализация, меркантилизм, дефицит, валовой национальный продукт...*

- **из философии:** *анархизм, аристократия, консенсус, демократия, фракция, свобода, идеализм, монархия, олигархия, плюрализм, тирания, общая воля, фратрия...*

- **из антропологии:** *родство, аккультурация, каста, nepотизм, патриархат, плюралистическое общество...*

- **из теологии:** *консолидация, аномалия, харизма...*

- **из литературы и театра:** *герой, толпа, роль, реализм...*

- **из биологии:** *ассимиляция, аккомодация, адаптация, дарвинизм (социальный), пат-анализ и др.*

При этом иногда путь термина-гибрида был причудлив: термин *революция* был введен в научный оборот польским астрономом Н.Коперником (XVII в.), к политическим реалиям его впервые применил французский король Людовик XIV (XVII в.), а в политологию ввел К.Маркс (XIX в.) в значении «локомотива истории».

Термин *элита* (от лат. *eligere* – «выбирать» через франц. *elite* – «лучник, отборный, избранный»). С XVII в. употребляется купцами для обозначения товаров высшего качества. В XVIII в. он начинает употребляться для наименования высшей знати и отборных воинских частей. С начала XIX в. это понятие стали использовать в селекции, семеноводстве и генетике для обозначения лучших семян, растений, животных. В конце XIX в. это понятие применил Г.Моска, охарактеризовавший два класса людей: правящих и управляемых. В начале XX в. (после долгих веков небытия: Платон, Аристотель) термин *политическая элита* введен итальянским социологом В. Парето в «Трак-

тате о всеобщей социологии».

В наши дни этот термин дал производные: *суперэлита, субэлиты, элитаристы, элиталог, элитное образование (школа, вуз...), элитарная культура, советская элита, постсоветская элита....* В политическом журнале «Полис» (№2 – 2002) дается гибридный термин *рекрутирование элит* в статье «**Рекрутирование элит в России и США**».

Приведенные примеры позволяют вскрыть еще одну причину гибридности политических терминов: если в естественных науках прогресс совершается через парадигмальные, революционные сдвиги (Коперник, Ньютон, Дарвин, Эйнштейн), то в политических науках прогресс идет через кумулятивные процессы и конфронтацию нескольких политических теорий.

Кондратьева О.Н.
Кемерово

К ИСТОКАМ ФОРМИРОВАНИЯ НЕКОТОРЫХ ЗООМОРФНЫХ МЕТАФОР В ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ (на материале переписки И. Грозного с А. Курбским)

В лингвистике XX-XXI века значительное внимание уделяется исследованию политического языка разных периодов развития Российского государства. Каждый этап в развитии общества, в развитии государства «приводит к языковой «перестройке», создает свой лексико-фразеологический тезаурус, включающий также концептуальные метафоры и символы» [Чудинов, 2001: 14]. Но если функционирование концептуальной метафоры в политическом дискурсе советской, перестроечной и современной эпохи уже становилось объектом специального исследования, то истоки сложения политической метафорической системы еще нуждаются в изучении.

Исследователями [см, напр., Жельвис, Чудинов и др.] уже было отмечено, что зооморфная метафора является одной из наиболее древних и традиционных среди политических метафор. Употребление лексем *собака, пес* в качестве инвектив присутствует в древнейших памятниках. В Материалах для Словаря древнерусского языка И.И. Срезневского эти слова имеют помету – (как ругательство) – и приводятся примеры: *солга ми еси, акы песь* (Сл. Дан. Зат); *Лаял ми...назваль мя псомъ* (Новг. I лет); [МСДЯ: 1778].

В посланиях И. Грозного присутствует богатейший пласт зооморфных метафор в характеристике его политических противников, которые именуются зверем, ехидной, змеей, собакой. Д.С. Лихачев приводит список излюбленных ругательств И. Грозного, среди которых значительное место занимает группа, связанная с образом собаки-пса: «бешеная собака, пес, пес смердящий, псово лаение, собака,

собацкий, собачье умышление, собачье собрание...» [Лихачев, 1975: 283]. Данный ряд настолько значителен и многообразен, что, думается, можно говорить о концептуальной метафоре «политический противник - это животное (собака)» и ее активном использовании в политическом дискурсе И. Грозного: *сему собаке, **Алексью Адашову**, вашему началнику, и въ юности нашей, не вѣмъ, каим обычаемъ из батожниковъ водворившася; ...попъ ...того собаку учаль в велицѣ бжеении держать; ...паче тебе, **пса смердяща**, злобснаго изменника...не послушает.*

Путем метафорического переноса по сходству основные особенности поведения животного (собаки) приписываются человеку (политическому противнику Грозного). При этом характерно, что метафорически переосмысляются исключительно агрессивные формы поведения животного.

1. Лай: *...еже подобно псу лая иль ядѣ ехиднинѣ отырая, сие неподобно писалъ еси...* Собака много, громко и понапрасну лает, речь политического противника характеризуется также как бессмысленная, нелепая: *Яко же убо убежавше от рукъ вашихъ, **яко же пси нелепая глаголеши** и неискренняя, лживая: **И сие в церкви убийство всѣмъ вѣдомо, а не яко же ты, собака, лжеши!**?* Для речевого поведения антагониста характерна также похвальба, самодовольство: ***Что же, собака, хвалишися в гордости** и иныхъ собакъ измѣнниковъ похваляеши бранную храбростию?*

2. Укусы. Подобно собаке, способной наброситься на свою жертву и загрызть или покусать ее, противники в споре набрасываются друг на друга с взаимными оскорблениями: ***И сице грысти кусательно** за очи неповинного мя мужа...*

3. Бешенство. Как бешеная собака лихорадочно мечется из стороны в сторону, набрасывается на окружающих, не различая своих и чужих, так и бояре-изменники, покинув отечество, перебираются из страны в страну, собирая войска для нападения на православных: *...ово же от васъ измѣнниковъ бѣды и скорби разными виды приемлюще, **яко же подобно тебѣ, бешеной собаке**, князь Семень Бѣльской да Иванъ Ляцкой **оттекоша в Литву и камо ни скакаше бѣсящеся** – въ Царьградъ, и въ Крымъ, и въ Нагаи, и отовсюду на православие рати воздвизающе.*

4. Измена. Самыми частотными в тексте являются ситуации, в которых представлена измена, предательство людей из близкого окружения Грозного: *Во всемъ ваша **собачья изъна** обличается!; и ты такъ **собацкимъ обычаемъ измѣну свою учинилъ**; ...се убо свою злобсную **собацкую измѣну** до конца свершаеши.*

Если политический противник концептуализируется в произведе-

ниях Грозного как собака, то соответственно группа политических противников – как объединение собак (стая, «собачье собрание»). Данная метафора также характеризует агрессивный настрой противоборствующей группы: *И тако ли доюрохотно подобает нашимъ бояромъ и воеводомъ намъ служити, еже такими **собрании собачьими** (=стаями) без нашего ведома **бояр наших убивати**, да еще в черте кровном нам?*

Агрессивное поведение «животных» провоцирует и соответствующее обращение с ними человека: *а еже о **измънахъ и чародействе** вспомянуль еси, **ино таких собакъ вездѣ казнятъ***.

Таким образом, большей частью поведение политического противника концептуализируется как поведение агрессивного животного, даже животного бешенного. Преобладающими в структуре концепта оказываются отрицательные признаки, основной, ядерный слой концепта составляют признаки неискренности, лживости и измены. В заключение следует отметить, что концептуальная метафора «политический противник – это животное (собака)» является одной из базовых для политического дискурса И. Грозного.

Коновалова Н.И.
Екатеринбург

«РАСПЛЕВАТЬСЯ» ПО-РУССКИ

Для современного политического дискурса характерно использование экспрессивных средств выражения оценки, имеющих этнокультурную маркированность. Одним из таких средств являются глаголы конфликтного, часто агрессивного поведения, в частности глагол *расплеваться*. Такие глаголы можно, по-видимому, рассматривать как своего рода коммуникативные сценарии (ср.: сценарий - динамически представленный фрейм как разворачиваемая во времени определенная последовательность эпизодов) – [Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996].

Интерпретационный потенциал сценария – база декодирования когниции. Реализация потенциала, заложенного в когнитивной модели сценария, зависит от характера описываемой ситуации, степени ее типичности, от закреплённости в языковой системе способа и средства выражения определенного значения. Ср., например, *расплевать-ся* и *рас-сорить-ся*, *раз-ругать-ся*: продуктивность словообразовательной модели, прозрачность словообразовательной структуры производного, экспрессивность мотивирующего слова являются в данном случае основой «раскручивания» информации, заключенной в производном глаголе: *расплеваться с кем-чем* 'покон-

чить с чем-н. неприятным или, поссорившись, расстаться'.

О популярности глагола *расплеваться* в современной публицистике свидетельствует, например (кроме статистических данных, полученных в результате контент-анализа), расширение спектра его значений: 1. 'Рассориться': *Мы же все-таки не ругаться сюда пришли. Давайте как-нибудь без этакостей. Если идею назвать безумной - это нормально, а на личности переходить не стоит. Ну, расплюемся, разбежимся... Это нам надо?* (Вопросы хронологии 21.07.2000). 2. 'Кричать, брызжа слюной, оскорблять': *Юмор пришел, похихикал и ушел. А сатира разоралась, расплевалась, драться лезет, кидается чем ни попадя... Одно слово - баба (Юмор_ру - варианты).* 3. 'Избавиться от неприятных разговоров, разобраться, установить истину': *Никогда не писать про то, «что не держите в доме». Не то после с «разночтениями» не расплюётесь...* (Стерео Форум). 4. 'Расстаться, выразив неудовольствие': *Путин расплевался со своими пиарщиками* (Новости Тольятти). 5. 'Сохранить видимость прежних отношений, оставив без последствий определенные действия': *На самом деле страны Евросоюза, похоже, начинают понимать свое положение. Потому-то Франция и Германия так и возбухли. Поняли, что если не остановят США здесь и сейчас, то не остановят уже нигде. Но ничего у них не получится. С агрессором без последствий ещё никому расплеваться не удавалось* (Радио "Эхо Москвы"). 6. 'Отказаться от сложившихся традиций': *Красный петух - это коммунистическая "искра", из которой пламя вперед разгорелось по всей Руси. И с этим поганым "петушонком" достало силы расплеваться России* (Говорим по-русски). 7. 'Испорить дипломатические отношения': *Ну, хорошо, мы расплюемся. Но ведь мы и расплевываться-то боимся. И правильно боимся. Поэтому что мы по своей вине попали в очень большую зависимость* (Радио «Эхо Москвы». Г. Арбатов). 8. 'Устроить громкий скандал': *Увы! На фоне действий продвинутых обитателей пригорода анонсы намерений г-на Бродского начали выглядеть проявлением банальной ностальгии по наручникам. Тем более что кое-кто еще помнит недавние обещания Михаила Юрьевича взять штурмом столичный телецентр и оттуда уже по-крупному расплеваться с антинародной властью. И на кого это произвело впечатление?* (Киевский телеграф). 9. 'Демонстративно разорвать отношения': *Где-нибудь на заре славы показательно расплюйся с хозяевами самых известных клубов. Кричи со сцены их имена в как можно более оскорбительной форме. Сделай песню о бурной интимной жизни этих людей с твоей карманной собачкой, которой сшей пояс верности из кожи свежeverыкопанной брюквы. Тебя побьют, но потом пожале-*

ют об этом (Парламентская газета).

Отметим, что все перечисленные значения развиваются при поддержке контекстуальных партнеров – лексем, словосочетаний, фразем и т.п., называющих либо объект, на который направлено действие по глаголу *расплеваться*, либо обстоятельства действия, либо интенсивность действия и т. п. (см. подчеркнутые в приведенных выше примерах единицы контекста).

Особо выделим случаи актуализации значений глагола *расплеваться* в высказываниях, ориентированных на языковую игру. Ср.: *На их парламентском банкете пошло попробовал, расплевался* (исходное, непереносное значение глагола в результате ассоциативной игры приобретает оценочные коннотации) // *Расплевался на все четыре стороны* – значение, возникающее на основе контаминация смыслов фразеологизмов *поклониться на все четыре стороны* и *поссориться со всем миром* и т.п.

Таким образом, сценарий *расплеваться по-русски* в политическом дискурсе демонстрирует возможности изучения процессов функциональной категоризации слова в высказывании [Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика. Тамбов, 2001] и выявления динамики семантических преобразований знака.

Котюрова М.П.

Пермь

ТОЛЕРАНТНОСТЬ НА ГРАНИ... С ЮРИСЛИНГВИСТИКОЙ

1. В хорошей газетной речи «приветствуется богатство и разнообразие языковых средств (слов и конструкций), ярко выраженная оценочность, эмоционально-экспрессивная окрашенность и выразительность речи, свобода языкового творчества и самовыражения, нестандартность речи» [Сиротинина 2001: 84-85]. Вместе с тем именно такая пластичность публицистического стиля речи (на газетной полосе) является основанием для нарушения одного из основных качеств хорошей речи – толерантности. При этом мы имеем в виду употребление как табуированной лексики и негативнооценочных слов, так и конфликтогенные тексты «на грани» толерантности и нетолерантности, когда возникает юрислингвистическая коммуникативная ситуация (для решения вопроса о нанесении ущерба чести и достоинству человека юрист обращается к лингвисту для соответствующей интерпретации слова или контекста). Такая ситуация возникает в связи с тем, что «речевое использование русского литературного языка оказалось в конце XX века таким нестандартным, что... вызывает массу оценок, от снисходительно-одобренных до возмущенно-отрицательных» [Бурвикова, Костомаров 2002: 35].

2. Инвективная функция языка, очевидная и бесспорная не только для юриста, но и для эксперта-лингвиста, таит немало сложностей. Прежде всего (и мы согласны с О.Н.Матвеевой) – отсутствие «специальных юрислингвистических словарей, в которых отражался бы как можно более полно потенциал инвективного функционирования языка». Действительно, актуальна задача разработки *новой* системы лексикографических помет (автором идеи предлагаются такие, как оскорбительное, неприличное, негативно оценочное и пр.), отражающей градацию инвективности. О.Н. Матвеева представляет себе такой словарь «как тематически организованный, снабженный системой юрислингвистических помет, отражающих такое функционирование слова, которое может иметь юридические последствия». В качестве примеров тематических классов слов приводятся «интеллект-инвективы *глупец, болван, дурак*, социоморальные инвективы *подлец, мерзавец, хам*, полит-инвективы *расист, обструкционист*, национал-инвективы *чурки, хачики, жида, черные*, профессионал-инвективы *мясник, коновал, свинопас*, зоо-инвективы *вертухай, петух*, эвфемизм-инвективы *девушка легкого поведения*, каламбур-инвективы *дерьмократы*, мат-инвективы, инвективы-сравнения с историческими одиозными личностями и литературными персонажами и пр.» [Матвеева 2002: 55].

3. Один из типов конфликтогенных текстов на страницах газет создается посредством использования выражений с необоснованным логическим обобщением. У читателя складывается определенный стереотип социального восприятия («блондинки глупы», «чернокожие ленивы», «мусульмане жестоки» и др.). В дальнейшем негативные качества просто приписываются индивидуально представителю этой группы. Например: *Череп Йорика пропал после визита подвыпившей компании пэтэушного вида* (КП, 21.02.03); *Печем звезд по-русски: наличие голоса или слуха не обязательно. Зато нужны тщеславие и надменность* (КП, 20.03.03); *О «подсадных утках» в наших телешоу не знают только младенцы* (КП, 21.03.03); *То, что все мужики – козлы, и не только у нас, теперь мне окончательно стало понятно* (КП, 27.02.03).

4. Конфликтогенный текст может включать слова и словосочетания, имеющие в общественном сознании негативную коннотацию, хотя она в словарях и не зафиксирована. В качестве примера приведем юрислингвистическую ситуацию. Среди вопросов, поставленных перед экспертом, были следующие: Какое содержание вкладывает журналист В. в выражение «чеченские сепаратисты» (в статье, опубликованной в газете «Звезда» (от 15.09.00)? Исходя из содержания всей статьи, можно ли сделать вывод, что связь А. с чеченскими се-

паратистами носит *оскорбительный, негативный* характер?

Словосочетание «чеченские сепаратисты» имеет совершенно нейтральное значение – см. в «Словаре русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой: «Сепаратизм (книжное). **Стремление** к отделению, обособлению. *Политический с.; Сепаратист* (книжное). Сторонник сепаратизма». Как видим, значение слова не имеет никакой оценки. Журналист В. употребляет это словосочетание нейтрально, безоценочно, но при восприятии читателями любое слово в тексте (речи) ведет себя как «живой организм», во взаимосвязи с «миром», т.е. информацией, которая усвоена данным человеком. Мнение о чеченских сепаратистах как «боевиках, ведущих военные действия, захватывающих, убивающих мирных жителей и военнослужащих российской армии» сложилось у читателей под воздействием средств массовой информации в целом и стало фоновым знанием. Чтение статьи В. актуализировало известное фоновое знание. Однако в этом психологическом процессе нет участия журналиста. И это одна возможная интерпретация конфликтного текста.

Другую интерпретацию можно дать, применив сценарную методику анализа текста, предлагаемую В.С. Третьяковой. Когнитивный (сценарный) план позволяет соотнести анализируемую информацию с установкой отправителя речи. «Сценарий – это тот инструментарий, который поможет осуществить коммуникативный подход к анализу конфликтного текста, учесть пресуппозиции, выявить намерения и замысел, т.е. те структуры, которые стоят за текстом. Сценарная методика позволяет «спрогнозировать степень «вредоносности» текста – предполагаемые негативные последствия его воздействия на адресата». Эта методика представляется обнадеживающей, поскольку «в поле зрения исследователя попадают и докоммуникативная, и коммуникативная, и посткоммуникативная фазы речевого взаимодействия автора конфликтного текста» [Третьякова 2002: 60].

Кубасов А.В.
Екатеринбург

ЧЕРТЫ РОССИЙСКОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ В ОЧЕРКАХ ЧЕХОВА "ИЗ СИБИРИ"

Цикл путевых очерков «Из Сибири» создавался Чеховым во время его путешествия на Сахалин весной-летом 1890 года. Жанр путевого очерка - один из атрибутов творческой деятельности путешествующего писателя.

Обычно в произведениях такого рода господствует описательность. Внимание путешественника привлекают экзотические стороны чужой действительности. Поездка на Сахалин через всю страну дала

Чехову возможность лучше понять особенности российской ментальности вообще и сибирский извод ее, в частности. (Замечу в скобках, что южнорусский вариант российской ментальности представлен в повести "Степь").

Цикл сразу же начинается с противопоставления, выраженного с помощью эгоцентрического элемента:

- Отчего у вас в Сибири так холодно?
- Богу так угодно! - отвечает возница.

Оппозиция вы - мы, здесь - там постоянно присутствует в произведении, определяя сознание рассказчика и его оценки увиденного. При этом он старается избегать априорного предпочтения известного, родного.

Ментальность, понимаемая как совокупность духовных установок, по мнению Чехова, определяется такими фундаментальными объективными факторами, как климат, пространство и характер течения времени. Чехов выстраивает факторы влияния в иерархию, которая отличается от представляемой наукой, например, этнографией. По Чехову, первое, что определяет быт и бытие сибиряков, это холод: Да, уже май, в России зеленеют леса и заливаются соловьи, а здесь, по дороге от Тюмени до Томска, на берегах и в оврагах лежит еще снег. Холод сковывает не только тело человека, но и его душу, проникает в самое сознание, затормаживая все процессы. Холод приобретает, кроме физического смысла, еще и метафизический, и становится одним из символических лейтмотивов очерков.

Второй символ, определяющий жизнь сибиряков, это дичь (дикость). В этом понятии Чехов на первый план выдвигает не сему бескультурия (хотя и она, конечно, есть), а сему нетронутости, первобытности, природной и человеческой девственности и чистоты. Сибирь предстает, используя заглавие произведения писателя более позднего времени, как затерянный мир, чудом сохранившийся, тогда как вся действительность радикально переменялась. Ведущий композиционный принцип очерков - принцип монтажности: путешествующий рассказчик легко переключается с одного объекта на другой, его внимание привлекает все то, что отличает мир Сибири от того, к которому он привык. Между собой эпизоды монтируются по принципу соответствия или контраста.

Рассказчика в первую очередь интересуют люди. В сибиряках он видит россиян, которые изменились под влиянием холода, бескрайних пространств, дикости и медленного течения времени.

Обгоняем две кибитки и толпу мужиков и баб. Это переселенцы.

- Из какой губернии?
- Из Курской.

Чехов считает, что менталитет сибиряков представляет собой не что иное, как перекованный и адаптированный к здешним условиям менталитет жителей Курской, Орловской и других исконно русских губерний. Переселенцы - это люди, которые обмануты жизнью, люди, которых в Сибирь гонит обида на жизнь.

Очерки «Из Сибири» написаны с явной ориентацией на традиции классической литературы. Стратегия чеховского письма базируется на том, что текст берет в руки читатель, знакомый с литературой предшественников. В данном случае Чехов, несомненно, учитывал опыт автора "Записок охотника". Недаром рассказчик именуется часто барин. К началу 90-х годов XIX века это слово приобрело отчетливый архаичный привкус. Слово осталось употребительным в речи потомков крепостных Ермолаев, которые когда-то сопровождали путешествующего охотника-барина. Социальные взгляды их в условиях Сибири оказались как бы замороженными в своей неизменности.

Важную роль в очерках играют ментально значимые образы пространства и времени. Образ сибирского пространства представлен в очерках объективно, с помощью чисел. В начале третьего очерка рассказчик замечает, что по сибирскому тракту, от Тюмени до Томска, нет ни поселков, ни хуторов, а одни только большие села, отстоящие одно от другого на 20, 25 и даже 40 верст.

Однако действительность такова, что привычные законы здесь не действуют, и потому объективные данные как бы утрачивают свою объективность. Субъективная оценка, вопреки логике и очевидности, оказывается точнее цифровых данных. В повести "Степь" повествователь задавался риторическим вопросом:

"Кому он нужен, такой простор?" Этот же вопрос напрашивается и при чтении чеховского описания Сибири. Время, как и пространство, трансформировано и передано через воспринимающее сознание рассказчика. Он является носителем некоей нормы (условно говоря, среднерусской), которая обнаруживает свою относительность в условиях Сибири. Время здесь обретает другую скорость и другое качество.

С удивлением рассказчик обнаруживает, что он не в силах жить в русле привычного ритма, а вынужден подчиняться другому, гораздо более медленному и тягучему.

Время и пространство характеризуются избыточной изобильностью, того и другого слишком много: Я опять лезу на гору из пуховиков и подушек, лежу и читаю, потом спускаюсь вниз и пишу; проходит много времени, очень много, а бабенка все еще кланяется, и хозяин с гостем все еще пьют чай.

- Бе-ба! - кричит в сениях дурачок. Ме-ма!

Крик деревенского дурака не просто обстановочная реплика. Это символ дурной бесконечности сибирского времени, придающего окружающую жизнь изрядную долю алогичности и абсурдности.

«Записки охотника» Тургенева заканчиваются очерком "Лес и степь", в котором через ландшафт представлен ментальный характер российской действительности. Очерки "Из Сибири" заканчиваются развернутым описанием тайги, этого зеленого чудовища. Человек, живущий в условиях тайги, поставлен перед выбором: либо пропасть и затеряться в ее бескрайних просторах, либо преодолеть свою личностную ограниченность и обрести такие качества, которые позволят ему стать вровень со здешней природой. Эта потенциальная возможность исключена Чеховым из настоящего времени и перенесена в будущее. Наступило ли это желанное время?

Купина Н.А.
Екатеринбург

ИДЕОЛОГЕМЫ КАК КЛЮЧЕВЫЕ ЕДИНИЦЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЯЗЫКА

Русский язык советской эпохи находился под жестким контролем партийно-государственной языковой политики, способствующей полной или частичной политизации книжных сфер литературного языка (философской, публицистической, правовой, научно-гуманитарной, эстетической), а также архаизации сферы религиозной. Функционирование всех (без исключения) текстов книжных стилей речи стало невозможным без политических включений. Операционной единицей мышления стала **идеологема** как навязанная к обязательному употреблению догма.

В узком смысле **идеологема** – это вербальная единица, непосредственно связанная с политическим денотатом (*социализм, оппозиционный*) или получившая устойчивое идеологическое (политическое) приращение, фиксируемое нормативными толковыми словарями (*шатание, разъяснительная работа*). Ключевыми становились прежде всего идеологемы, семантика которых отражала понятия коммунистической доктрины (*диктатура пролетариата, буржуазный, партия, демократический централизм*). Эта группа идеологем составляла ядро концептосферы политического языка. Ключевыми становились также слова и словосочетания продленного момента (*троцкистский прихвостень, развитой социализм, ликвидировать*

как класс). Единонаправленность языковой политики выдвигала на первый план общественного восприятия идеологически правильные апологетические тексты политического влияния, которые являлись ключевыми для осознания и интерпретации партийно-государственной политики (сталинская конституция, «Краткий курс ВКП», «Стихи о советском паспорте» В.Маяковского). Подобные тексты можно интерпретировать как идеологемы в широком смысле этого термина. Направленный процесс политизации языка способствовал формированию системы идеологем. Цельность, упорядоченность, нормативность, простота, открытый доступ к вербально оформленным идеям всех книжных сфер литературного языка в соединении с функцией предписания к употреблению и контролем за употреблением обеспечивали идеологическую гармонию, предполагавшую интерпретацию ключевых единиц в границах официальных догм.

Эпоха перестройки характеризуется резким ослаблением языковой политики. Политический язык продолжает оперировать ключевыми словами, отражающими опорные коммунистические идеи, но на первый план функционирования выдвигает группу новоидеологем: *перестройка, плюрализм, гласность, ускорение*. В этот период происходит сдвиг в общественном сознании, связанный в первую очередь с расширением контекста интерпретации ключевых идеологем. Ревизии подвергаются отдельные ядерные ключевые идеологемы советского политического языка. Например, замещение слова *революция* новополитическим синонимом *переворот* приводит к десакрализации опорной идеологемы тоталитарного языка. Заметными становятся процессы избавления тематически различных групп идеологем от искусственных политических добавок и переосмысления оценочных коннотаций. В политический язык перестройки проникают идеологемы, не входящие в традиционную систему (*открытость, либеральные ценности, демократические нормы*). Происходит перегруппировка в сфере текстов политического влияния: на периферию перемещаются тексты предреволюционной, революционной эпох и эпохи первых лет советской власти (например, тексты, составляющие ленинское наследие). Реальное политическое влияние на общественное сознание оказывают современные журнальные публицистические тексты, новая газетная и телевизионная публицистика, ранее запрещенные тексты сопротивления. Ядро системы ключевых единиц советского политического языка постепенно опустошается. Освобожденные от политических добавок единицы устремляются в семантические первосферы. Это приводит к резкому обеднению политического языка.

Постперестроечный период развития русского политического языка определяется группой внешних факторов (в их числе распад СССР, разрушение социалистического мироустройства, многопартийность, отсутствие государственной языковой политики) и группой факторов внутренних (в их числе деидеологизация языка, речевая свобода, ортологическая либерализация). Происходит девальвация опорных ключевых понятий и представлений, некогда формировавших цельность советского политического мировоззрения. Каждая политическая партия стремится выработать ключевые идеологемы, сделать их опознавательными знаками особой политической линии. Источниками таких идеологем становятся собственно русская система ценностей (например: *соборность, народ*); советская система ценностей (например: *социальное равенство*); западная система ценностей (например: *демократический выбор*). Политические субъязыки, пересекаясь, создают впечатление пестроты и неупорядоченности. На этом фоне ощущается стремление субъектов политического взаимодействия обновить политический язык с помощью неполитических вербальных структур. Так, в функции ключевых используются парадоксальные названия партий (*партия любителей пива, партия жизни*); язык партийных программ нередко «облагораживается» неполитическими опорными категориями (*семья, трудолюбие, жить по справедливости*). Параллельно наблюдается увеличение ключевых маркеров политического субъязыка с националистической составляющей.

Время от времени ощущаются волнообразно осуществляемые попытки выработки ключевых слов и подсистем государственного политического языка (*многополярный мир, вертикаль власти; гражданское общество, гражданская ответственность, гражданские чувства, гражданский форум...*). Эти попытки тормозятся, в частности, тенденциями к погружению идеологем в низкую контекстную среду и редуцированию высокого.

Кушнерук С. Л.
Челябинск

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ В СМИ

(на материале российской и американской печати)

Интертекстуальность – «это многомерная связь отдельного текста с другими текстами – по линиям содержания, жанрово-стилистических особенностей, структуры, формально-знакового выражения» [Михайлова, 1999]. Текст обязательно связан с уже имеющимися текстами. Все, что было сказано или написано является базой для вновь создаваемых текстов.

Термины «интертекстуальность» и «интертекст» были введены в

научный обиход Ю. Кристевой в 1967 году. Важными источниками направления признаны работы М.М. Бахтина, Ю. Тынянова, и Фердинанда де Соссюра.

Большой вклад в развитие теории интертекстуальности внесли французские теоретики структурализма Р. Барт, М. Фуко, Ж. Деррида, Ж. Женетт.

Многие элементы и понятия теории интертекстуальности получили развитие в трудах таких русских ученых, как Ю.М. Лотман, А.К. Жолковский, М. Ямпольский, Ю.С. Степанов, И.В. Арнольд, И.П. Ильин, Н.А. Кузьмина, Н.А. Фатеева и др. Среди других зарубежных ученых данной проблемой занимаются Ю. Хартунг, Е. Брейдо, Дж. Лай (John Lye), Р.А. де Богранд, В.У. Дресслер, Д. Лодж, М. Уортон (Worton), Дж. Стил (Still).

Говоря о типологизации интертекстуальных отношений, отметим, что наиболее общие классификации представлены в работах П.Х. Торопа и Ж. Женетта. Различные комбинации признаков межтекстовых взаимодействий отражены в классификациях, предложенных Н.А. Фатеевой, И.В. Арнольд, И.В. Толочиным, Н.Н. Белозеровой, Е.Б. Ивановой, Е.В. Михайловой среди российских ученых; Б. Оттом (Brian Ott), К. Уолтером (Cameron Walter), В. Хайнеманом - среди зарубежных.

Теория интертекстуальности складывалась главным образом в ходе исследования интертекстуальных связей в художественных текстах, однако, сфер ее существования намного больше. СМИ – одна из таких сфер, в частности о рекламе Лейс (Leiss) пишет: «реклама заимствует свои идеи, язык и визуальные репрезентации в литературе и произведениях искусства, содержание и форму в других средствах массовой информации, в истории и в будущем, в своем собственном опыте». Реклама, по выражению Фиска (Fiske), в особой степени интертекстуальна (*especially intertextual*).

Реклама является сложной знаковой системой, которая черпает свои идеи из других текстов. В связи с этим уместной представляется классификация интертекстуальных связей по сферам-источникам. Основными «донорами» интертекстуальности как в российских, так и в американских СМИ, являются мифология и фольклор, литература, история, киноискусство, музыка и шоу-бизнес.

1) Мифология и фольклор являются мощным источником интертекстуальности в российской печатной рекламе. В американской рекламе данный источник не играет столь важной роли. Мифы используются реже, что объясняется коренным различием двух культур. В структуре российского менталитета мифология приобретает особое значение, поскольку «мы и в 2000 году три раза плюем через левое

плечо и стучим по дереву» [Козлов, 2001]. В целом, использование сказочных, фольклорных образов и мотивов расковывает фантазию читателя, формирует сильнейшую положительную эмоцию - чувство гармонии с окружающим миром и, таким образом, способствует возникновению позитивного отношения к рекламируемому товару или услуге;

2) Предлагая потребителю «идею вещи», «ее идеальный образ», печатная реклама, как в России, так и в Соединенных Штатах Америки, апеллирует к богатейшей кладовой литературных ресурсов. Однако, при этом при всем богатстве источника в российской рекламе фигурируют ссылки на мировую литературу, в то время как в США явное предпочтение отдается родной, т.е. американской литературе;

3) Обращаясь к истории, российская реклама нацелена на формирование нового положения вещей, которое должно соответствовать предлагаемым стандартам. Прошлое оказывается будущим идеалом, к которому надо стремиться. В связи с тем, что в Америке сформировались жесткие установки на признание авторитета личности и традиций дела, передаваемого из поколения в поколение, в американских СМИ акцент смещается с формирования рекламного образа на утверждение авторитетности как основы качества и надежности;

4) Значение сферы киноискусства определяется известной увлеченностью кинематографом как американцами, так и россиянами. Разгадывание простых загадок приносит удовольствие от работы собственной смекалки, а положительный эффект от полученного удовольствия...преобразуется в позитивное отношение к рекламируемому продукту или брэнду;

5) Музыка воздействует на чувства человека, которые «есть действительные двигатели человеческих действий» (В. Паретто). Шоу-бизнес во многом определяет систему представлений, которая влечет за собой формирование системы убеждений человека. На системе убеждений строятся категории ценностей, которые определяют выбор потребителя в пользу рекламируемого продукта.

Характер рекламы в российских и американских СМИ обусловлен специфическими особенностями культуры, в которой она функционирует.

Левитан К.М.
Екатеринбург

К ПРОБЛЕМЕ АДЕКВАТНОГО ПЕРЕВОДА ПОЛИТИКО-ПРАВОВЫХ ТЕКСТОВ

Язык политики и права особенно чутко реагирует на изменения социально-политической жизни каждого общества, оперативно отра-

жает их в своем лексическом составе, что обуславливает определенные трудности при переводе политико-правовых текстов. Связи культуры и национального языка больше всего проявляются в его лексике. В каждом языке есть слова, не имеющие однословного перевода на другой язык. Эти слова обозначают обычно реалии жизни конкретного социума, отражая национальный компонент в культуре каждого народа.

В отличие от терминов точных наук и техники в юридической терминологии присутствует национально-культурный компонент, поскольку юриспруденция как общественно-политическая наука тесно связана с уровнем социально-экономического развития общества и его культурно-историческими традициями. Юридическая понятийно-терминологическая система отражает политико-правовую культуру общества, его идеологию, нравственные и религиозно-духовные ценности. Так, американская политико-правовая культура основывается на теории общественного договора, в основу которого положена конституция США. Английская правовая культура основана на правовой традиции, провозглашающей главенство закона над любой властью, включая королевскую.

Часть юридических терминов относится к безэквивалентной лексике, образуя интеркультурные лакуны. Интеркультурные лакуны являются результатом расхождения локальных культур. Чем различнее культурные системы, тем больше интеркультурных лагун. Для понимания такой лексики необходимы фоновые знания коммуникантов. Культурно маркированная лексика служит важным источником социокультурной информации о стране. Непонимание значения ключевых понятий в сознании носителей языка, а также перенос сведений из родной культуры на понятия чужой культуры могут привести к недоразумениям в общении и культуроведческим ошибкам.

В России не существует ничего подобного английскому общему праву. Россия имеет кодифицированную систему права, аналогичную немецкой и французской. В Англии же система общего или прецедентного права сформировалась под влиянием ряда экономических и политических обстоятельств. Когда там сложились реальные условия для объединения страны, был введен институт королевских выездных судей, которые отправляли общее правосудие по всей стране. Отсюда возник термин «common law» – «общее право», требующий дополнительных разъяснений для русскоязычных учащихся.

Другим примером подобного рода может служить термин «equity» («право справедливости»). Исторически «право справедливости» развилось как реакция на невозможность граждан в ряде случаев найти судебную защиту, опираясь на прецеденты общего права.

В Англии были созданы специальные суды права справедливости, но истец мог обращаться в них только после того, как он не нашел защиты по общему праву. Право справедливости позволяло истцу обращаться прямо к королю или лорду-канцлеру. В России никогда не существовало подобных аналогов, поэтому перевод термина «equity» требует объяснений, как и термин «common law».

В настоящее время многие языки мира испытывают на себе сильное влияние англо-американской культуры. С 1997 года в ФРГ существует «Общество немецкого языка», председатель которого В.Кремер призывает активно сопротивляться «пиджинизации» немецкого языка (в амер. сленге «pigeon» - поддельная купюра, надувательство, обман). По его мнению, большое количество англицизмов угрожает национальной идентичности немцев [Kramer W. Pseudo – Kosmopoliten auf der Flucht aus der nationalen Haut. In: Wirtschaft und Wissenschaft. 1999. Н. 4.: 40-43.]. Тем не менее язык живет и развивается без разрешения лингвистов. Некоторые германские лингвисты считают, что англицизмы служат обогащению словаря немецкого языка и более точной дифференциации лексических значений. Поэтому при переводе политико-правовых текстов с немецкого языка на русский нередко приходится использовать также англо-русские словари.

Часто происходит прямое заимствование английской лексики с добавлением немецких артиклей: die Political Correctness – политкорректность, die Wellness – благополучие, der Shareholdervalue - биржевая цена акции. Как и в русском языке широкое распространение в немецком языке получили Management, Holding, Leasing, Franchising, которые подчас образуют сложные существительные с чисто немецкими словами: Leasinggeber, Franchisenehmer. При переводе политико-правовых текстов необходимо учитывать значения префиксов и суффиксов, которые могут придавать тот или иной оттенок значению всего слова. Так, следует помнить о несущем иногда пренебрежительный оттенок суффиксе -ling при анализе существительных der Schubling – человек, получивший отказ в просьбе о предоставлении политического убежища (от нем. глагола abschieben – отодвигать), der Emporkommling – карьерист, выскочка. К самым продуктивным суффиксам в английском и немецком языках относится суффикс -er у существительных, обозначающих носителей действия: Manager, Designer, Controller.

Общественно-политическая система ГДР с ее плановой экономикой также оставила заметный след в лексике соответствующих сфер жизни. О ней напоминают, например, весьма употребительные в свое время Genossenschafter – член кооператива, Kommisionshandler

– агент комиссионной торговли, *Schichtarbeiter* – работающий по-сменно наемный работник. После объединения ГДР и ФРГ в политико-правовой сфере появился целый ряд новых слов, которые несмотря на высокую частотность еще не попали в лексикографические словари. Эти слова часто обозначают понятия в конкретной, строго ограниченной области. Напр., *Wiedereinrichter* – лицо, которое вновь открыло свое первоначальное предприятие по месту постоянного проживания (дефиниция нового термина из аграрного права). Широко употребляются такие неологизмы, как: *Alteigentümer* – старый (прежний) собственник, *Neueinrichter* – новый предприниматель (учредитель), *Zwischenerwerber* – посредник при покупке недвижимости. Адекватный перевод таких неологизмов оказывается принципиально возможным только с помощью кратких дефиниций.

Таким образом, адекватный перевод политико-правовых текстов возможен при условии выявления и тщательного анализа особенностей политико-правовых систем различных стран мира и соответствующей специальной лексики.

Лысакова И.П.

Санкт-Петербург

ЯЗЫКОВАЯ МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ МЕНТАЛЬНОСТИ ЧИТАТЕЛЯ В СОВЕТСКОЙ ПРЕССЕ

Феномен советской прессы был создан политической волей В.И. Ленина, который 9 ноября 1917 года подписал Декрет о печати, запрещающий все российские газеты, кроме тех, которые поддержали Октябрьское восстание. Уже в 1918 году в России сложилась система однопартийной печати, и все годы Советской власти проблема языка прессы рассматривалась в СССР как политическая: почти все съезды РСДРП(б), а затем и КПСС, принимали резолюции о печати, в которых большое внимание уделялось *популярности* языка. Такое внимание к языку прессы объяснялось социальной структурой населения молодой Советской республики, более 80% которого составляло крестьянство, причем грамотными в 1920 было лишь 37,8% сельских жителей.

В первые годы Советской власти социологам и лингвистам партийные органы поручали изучение степени подготовленности различных социальных групп к восприятию языка политического документа. Анкетные опросы по проверке понимания отдельных слов и выражений проводились партийными работниками на политзанятиях. Социологов, прежде всего, интересовал социальный состав читателей разных типов газет, эффективность проведения газетных кампаний, психология восприятия газетных материалов, методика агитации и пропаганды. Эти вопросы активно обсуждались на страницах жур-

налов "Красная печать", "Журналист", "Печать и революция", в трудах Я. Шафира, В. А. Кузьмичева, С. Б. Ингулова и др. Характерно, что социологическое изучение газеты и её читательской аудитории в 20-е годы соединялось с лингвистическими наблюдениями (например, в работах Я. Шафира), а лингвистическое описание газеты было, как правило, *социолингвистическим*.

Газеты и журналы новой прессы делились на *руководящие* (для партийного актива) и *массовые* (для широких слоёв населения). Стилистической доминантой газеты руководящего типа ("Правда") была **книжность, официальность**; а массовых газет ("Беднота", "Крестьянская газета") - **разговорность**.

Ментальность советского человека формировалась под лозунгами классовой борьбы с помощью резкой полярности стилистических средств и эмоциональных оценок, используемых в прессе. Восторженная гиперболизация советского общества в послереволюционные и последующие годы соседствовала с уничижительным изображением классового врага, антитезой "мы - они". Императивность и декларирование лозунгов ("Поднимем миллионы на штурм мясной проблемы!", "Комсомольская организация блестяще сдала экзамен на политическую сознательность!", "Колхозная система должна взять большевистские темпы в организации нового колхозного прилива!") - особенность стиля газет не только 20-х годов, но и всего советского периода. Механическое повторение общих истин в стереотипных формулах ("Экономика должна быть экономной", "Партия - наш рулевой" и др.) программировало одновариантное восприятие действительности, тормозило развитие личности, способствуя застойным явлениям в интеллектуальной жизни общества.

Социолингвистический анализ газет первого десятилетия Советской власти позволил выявить типовые признаки **языковой модели** газеты в компонентах внутренней структуры издания: *рубриках, заголовках, текстах*. При анализе их стиля можно установить причинные корреляции языковых особенностей с типовыми признаками рассматриваемых изданий в конкретных социально-исторических условиях их функционирования.

Теоретически значимым результатом произведенного социолингвистического исследования является следующий:

К **социолингвистическим переменным**, по которым прослеживаются типологические языковые отличия изданий, относятся:

- объем и семантическая структура заголовочных комплексов (родо-видовые, причинно-следственные, дескриптивно-оценочные, ассоциативные и другие отношения между элементами);
- семантико-стилистическая структура наименований тематиче-

ских полос, блоков, рубрик, заголовков (специальная, общеупотребительная, конкретная, абстрактная, разговорная, книжная, эмоциональная, нейтральная лексика; соотношение словосочетаний и разных типов предложений);

- речевая структура текста (соотношение описания, повествования, рассуждения; дескриптивных и оценочных элементов);

- лексические особенности текстов (соотношение специальной и общеупотребительной, абстрактной и конкретной, разговорной и книжной, нейтральной и эмоциональной лексики);

- синтаксические особенности текстов (книжные и разговорные структуры, компрессия и расчлененность высказываний).

Этот вывод, выявленный в результате социолингвистического анализа в синхронном срезе, был проверен в диахронии при рассмотрении языковых особенностей "Правды" и "Сельской жизни" (преемницы "Бедноты") спустя 50 лет после выхода первого номера "Бедноты".

Полувековой интервал обнаружил существенные изменения в стиле газет, обусловленные огромными социальными преобразованиями в Советском государстве. Анализ показал, что по всем видам внутрисоюзной и зарубежной информации (агентская, собкоровская, письма читателей) в обеих газетах 1968 года наблюдается семантико-стилистическое сходство рубрик, заголовков, текстов, которое в синтаксисе наиболее чётко прослеживается по двум компонентам стилистического значения: *эмоционально-оценочный и спонтанный*.

По сравнению с 20-ми годами, несколько изменились пропорции компонентов в объеме стилистического значения (уменьшились эмоционально-оценочные контрасты, увеличилась доля общеупотребительной книжной лексики в "Сельской жизни"), что объясняется действием новых социальных факторов.

Выделенные позиции социолингвистической методики применимы и к анализу современной прессы, формирующей новое мышление по тем же социолингвистическим переменным, но другими стилистическими средствами. Конечно, для создания базы социолингвистических исследований прессы необходимы социолингвистические исследования разговорной речи различных групп населения. Такие исследования пока не имеют прямой связи с дифференцированным социологическим изучением аудитории различных СМИ. Здесь нужны объединенные усилия социологов, психологов и лингвистов для разработки программ изучения "языкового существования" читателей разных типов газет, слушателей разных программ вещания.

Лучинина Е.Н.
Тверь

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЭТНОНИМОВ В РОССИЙСКОМ И АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

За последнее десятилетие проблема межкультурной коммуникации вышла на первый план в различных областях человеческой деятельности. Однако в сфере политики она приобретает особую актуальность, поскольку становится очевидно, что существующие методы разрешения межнациональных противоречий более не являются эффективными. В этой связи ученые сталкиваются с необходимостью выработки новых оснований для организации диалога между странами: одной из альтернатив в данном случае может стать лингвокультурологический подход к проблеме политической коммуникации.

Лингвокультурология изучает языковое выражение многообразных формы существования культуры. Поскольку ее предмет - национальные формы бытия общества, воспроизводимые в системе языковой коммуникации и основанные на его культурных ценностях, всё, что составляет "языковую картину мира" (В.В. Воробьев), то лингвокультурологическому анализу могут подвергаться различные языковые и культурные категории, от самых простых до фундаментальных для жизни общества. К числу последних относится и политический дискурс: как часть культуры он также может изучаться с позиции лингвокультурологии. Лингвокультурологический анализ политического дискурса может дать представление о тех основаниях, на которых строится политическая коммуникация в том или ином социуме. Единицами подобного анализа могут быть, в том числе, отдельные лексемы, отражающие основные категории политики. Сюда относятся, например, этнонимы, а также категории *нация*, *народ* и др.

Лингвокультурологическое исследование вышеупомянутых групп представляется важным, поскольку с их помощью определяется позиция участников коммуникации по отношению друг к другу. Этноним является закрепленным в языке выражением совокупности признаков того или иного этноса, с его помощью формируется оппозиция «свой - чужой». Следовательно, через изучение использования этнонимов в политическом дискурсе возможна реконструкция образа определенного народа в исследуемой культуре, в том числе и своего собственного. Возьмем несколько примеров использования этнонима *American* из речей президента США Дж. Буша-младшего и его супруги Л. Буш:

Now and in the future, Americans will live as free people, not in fear, and never at the mercy of any foreign plot or power

These American ideals of opportunity and equality come to us across the generations.

American service-members continue to risk their lives to ensure the liberation of Iraq.

... every American should be proud to live in a country where citizens serve with such dedication.

... a world of liberty and security made possible by the way Americans lead our lives.

Из подобных примеров можно сделать вывод о том, что в сознании американцев *American* приравнивается к *just, fair, noble*. Через употребление этнонима *American* в контексте со словами *equality, liberation, liberty, dedication*, имеющими ярко выраженную позитивную коннотацию в американской, а также во всей западной христианской культуре, преподносится идея исключительности, мессианства американской нации.

В российском политическом дискурсе, в частности, на примере речей президента В. Путина, можно проследить специфику употребления этнонима *российский*.

Культура является важнейшим носителем традиций, сформировавших российский народ как единую общность и составляющих основу российской государственности.

Россия уверена в собственных силах. И такая уверенность исходит от граждан страны, от всего российского общества.

У российских музыкантов, художников сегодня есть возможность работать так, как диктуют им собственный талант... Ваш успех - ... свидетельство того, что в наши дни российская культура возрождается, живет динамично и полнокровно.

Однако в данном случае общая тональность достаточно нейтральна. С помощью этнонима, в основном, констатируется национальная (государственная) принадлежность. Тем не менее, в последнем примере через этноним передается идея исключительности российской культуры.

Таким образом, на основании лингвокультурологического анализа можно сделать вывод о существовании различий в использовании этнонимов в российском и американском политическом дискурсе: этноним *American* несет большую культурную нагрузку, нежели этноним *российский*, что является проявлением различий в национальном самосознании.

Магера Т. С.
Алтай

КОММУНИКАТИВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПЛАКАТА

Одной из отличительных черт политических текстов является их коммуникативная целеустановка на воздействие и убеждение, объек-

том которых становятся широкие слои населения.

В данной статье будут определены и рассмотрены компоненты, составляющие текст политического плаката. Основной задачей публикации является определить основные функции политического плаката, а также составляющие компоненты политического плаката, взаимодействие которых, приводит к образованию особого рода целостности, как политический плакат. Мы выделяем следующие коммуникативные компоненты политического плаката: вербальные, компоненты визуального ряда и вспомогательные компоненты политического плаката. Определим составляющие каждого из компонентов и дадим краткую характеристику.

1. Вербальные компоненты политического плаката. Вербальными компонентами, составляющими политический плаката как текст, являются название, слоган, вербальная коммуникация, содержащаяся в плакате.

I Название – это та часть плаката, которая привлекает внимание читателей к плакату. Оно несет важную политическую и коммерческую функцию. Его составление, выбор и расположения шрифта диктуются соображениями “общего зрительного впечатления” читателя от беглого просмотра.

II Слоган - это та часть политического плаката, в которой передается лишь основное содержание. Слоган реализует одну из главных функций политического плаката – воздействующую.

III Вербальная коммуникация носит главенствующий характер в любой области человеческой деятельности. Детали политических сообщений через короткое время забываются, но долгое время хранится общее впечатление от сообщения.

Специфика восприятия оратора в политической риторике состоит в том, что в этом случае аудитория имеет дело с образом (имиджем) выступающего, который специально создается и культивируется для наилучшего воздействия на аудиторию. Поэтому внедрение в сознание электората содержательного ядра может привести к формированию общих взглядов, установок, ценностей и оценок, интерпретации символов и знаков, системы убеждений идеологии. В политическом тексте можно выделить первый план, доступный для всех адресатов и второй план, для умеющих читать между строк. Это умение связано с расшифровкой политических текстов путем учета акцентов, контекста и т.п. Второй план политического текста, обычно скрыт в словаре, фразеологии, стилистике, порождающих целые ряды языковых стереотипов. (Например, "Народ и партия едины", "Молодежь всегда была с партией", "Весь народ горячо поддерживает", и т.п.) Название, слоган, вербальная коммуникация взаимосвязаны друг с другом.

Слоган является звеном, выступающим в роли посредника между названием и собственно словесным рядом.

2. Компоненты визуального ряда текста политического плаката. Определим компоненты визуального ряда, составляющие поле текста политического плаката. К компонентам визуального ряда относится изображение, цвет, контекст (паралингвистические компоненты). Человек получает информацию по всем имеющимся у него каналам. Но часть из них носит особый характер для общения. Это, в первую очередь, визуальная коммуникация.

1. Изображение. Особую роль играют предвыборные фотографии кандидатов, особенно, когда только 5% избирателей знакомятся с программами. Прежде всего, портрет кандидата создает личностную связь между ним и избирателями; кандидат представляет на их суд не просто программу, он предлагает им особую телесную атмосферу, совокупность своих бытовых предпочтений, проявляющихся в чертах его лица, одежде, позе. Визуальная коммуникация не является столь же многозначной, как коммуникация вербальная. То, что мы вкладываем в наше сообщение, то и получает наш потребитель.

2. Цвет является составной частью окружающей нас действительности; он существенно, хотя и не всегда осознанно для нас, влияет на наблюдение и переживание явлений, предметов, событий, присутствия в каждом из них. Не всякое сочетание цветов привлекает внимание зрителя, и не всякая цветовая гамма вызывает у него одинаковый интерес.

3. Контекст (паралингвистические компоненты). Роль контекста в письменной речи совершенно особая, так как контекст относится к чисто языковым средствам и является своего рода расширением рамок слова или предложения в случаях, когда значения того или другого не могут быть установлено в пределах минимальной замкнутой единицы. К паралингвистическим компонентам должны быть отнесены различного рода варианты красочного и шрифтового оформления текста. Для нас важным является то, что лингвистические и паралингвистические компоненты интегрируются в смысловом отношении и составляют целостный риторический текст.

3. Вспомогательные компоненты политического плаката. Вспомогательными компонентами поля политического плаката являются смысловой объем программ, простота, зрелищность \ краткость, тематическое содержание программы, степень индивидуализации предвыборных программ. Для нас важным является то, что лингвистические и паралингвистические компоненты, всех этих представленных сообщений, интегрируются в смысловом отношении и составляют целостный риторический текст политического плаката.

**СИЛЛОГИЧЕСКАЯ И МИФОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛИ
КОМПОЗИЦИИ АГИТАЦИОННОГО ДИСКУРСА**

Каждые четыре года мы оказываемся погружены в агитационный поток. Ближаются очередные выборы и накануне их растет актуальность речевого жанра агитационной листовки. Согласно М.М. Бахтину, речевой жанр - относительно устойчивое высказывание, тематическое содержание, стиль и (прежде всего) композиционное построение которого определяется спецификой сферы общения [Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1979]. Речевой жанр агитационной листовки в полной мере определяет специфика сферы агитации, то есть направленность на убеждение избирателей в необходимости выбора представленного кандидата.

Предметом нашего исследования является композиция агитационной листовки. Агитационный дискурс представляет собой конфликт между кандидатом (А) и избирателем (В), который понимается нами как взаимодействие А и В на основе пересечения общих интересов (контрапункта - С). Текст агитационной листовки содержит в себе как линию кандидата, так и линию избирателя и место их пересечения (контрапункт) является композиционным центром агитационной листовки. Удачно выбранный контрапункт позволяет представить кандидата и избирателя, на которого сориентирован кандидат, в ситуации наибольшей взаимной заинтересованности.

Контрапункт должен находиться в «фокусе» листовки, то есть занимать опорные смысловые точки текста. Читатель выделяет в тексте акцентированные области, фокусирующие восприятие читателей и неакцентированные, расфокусирующие читательское восприятие. Э.Е. Каминская [Залевская А.А., Каминская Э.Е., Медведева И.Л., Рафикова Н.В. Психолингвистические аспекты взаимодействия слова и текста. Тверь, 1998] утверждает, что наиболее энергетичные на момент восприятия связи группируются в некоторый «фокус». «Расфокусированные» части текста в восприятии читателей представлены в виде эллиптических, или неполных, конструкций.

Контрапункт может основываться на рациональных доводах. В этом случае имеет место логический контрапункт и силлогическая модель композиции. Эта модель композиции напоминает силлогизм, в котором отсутствуют отдельные элементы. Причем сама аудитория дополняет отсутствующие логические звенья, тем самым стимулируется ее вовлеченность в дискуссию. Логический контрапункт, как правило эксплицирован в тезисах программы, оценках, характеристи-

ках и подобных композиционных частях. Это меньшая посылка силлогизма. Большая посылка может быть выражена имплицитно. Читателю предлагается воссоздать большую посылку, суть которой выражает следующая формула: «Положение, за которое выступает кандидат - благо»; и на основе имеющихся посылок сделать вывод - «кандидат достоин избрания».

Линейному разворачиванию логических доводов в тексте листовки противостоит другая модель композиции на основе мифов - мифологический контрапункт. Если силлогическая композиция разворачивается через логику самого текста агитационной листовки, то мифологический контрапункт в своей основе имеет опыт чтения избирателей прецедентных текстов. Мифологии активно участвуют в формировании представления. Это обусловлено тем, что представление читателей имеет два источника. Об этом пишет Ж. Делез: «представление вообще делится на два направления, различающиеся по природе, на два чистых наличия, которые не позволяют себе быть представленными: на направление восприятия, помещающее нас сразу в материю, и на направление памяти, помещающее нас сразу в мир духа. Такая смесь - это сам наш опыт, наше представление» [Эмпиризм и субъективность. М., 2001: 241]. В этом высказывании Ж. Делез следует мысли А. Бергсона: «Оба акта, восприятие и воспоминание, всегда взаимопроницаемы и всегда обмениваются своими субстанциями как при эндосмосе» [Бергсон А. Собрание сочинений. Т.1. М., 1992: 198]. Прочтение агитационного текста связано с его воспоминанием. При этом агитационный текст разворачивается не линейно, а точно.

Таким образом, большие посылки при силлогической модели композиции агитационной листовки и мифы при мифологической модели служат формированию контрапункта агитационного дискурса.

Исследования данных двух моделей композиции агитационной листовки ведется нами в русле теории поля.

Наиболее существенными признаками поля в отечественной лингвистике признаются следующие: «1) обычно в поле выделяется ядро, центр, по отношению к которому другие компоненты поля представляют периферию; 2) для поля характерно частичное перекрещивание его элементов; разные поля также отчасти накладываются друг на друга; при этом образуются общие сегменты, цепочки постепенных переходов...» [Бондарко А.В. Грамматическая категория и контекст. Л., 1971: 17]. Центром каждой модели будут являться сфокусированные, то есть композиционно выделенные, части, выражающие соответствующий контрапункт. Остальные композиционные части исследуются как периферийные, их прочтение задается кон-

трапунктом.

Мамонова Ю.А.
Пермь

О СЕМИОТИКЕ НЕКОТОРЫХ КОНЦЕПТОВ (на материале речи политических лидеров)

В нашей работе под концептом понимаем некий универсальный предметный код (смысловой код), формирующийся на отражательной основе и получающий выражение в языке в виде той или иной лексической единицы (слова или словосочетания). Говоря о семиотике концептов, имели в виду их рассмотрение в качестве неких знаковых систем, «хранящих и передающих информацию» [Языкознание 1998: 441]. Характерным признаком информации подобного рода, то есть передаваемой с помощью концепта, является его многомерность, поскольку многомерен, многослоен сам концепт. В его основе лежит понятие, так как именно оно является носителем лексического значения слова, которым обозначает тот или иной концепт. На основе понятия образуется ряд дифференциальных признаков- образов, представлений, моделей и т.д.

Для нас было важно выявить специфику представления концептов **ВРЕМЯ** и **ПРОСТРАНСТВО** в свертках политических лидеров В.В. Путина, Б.Н. Ельцина и М.С. Горбачева, а так же проанализировать особенности реализации концептов в политической речи, если таковые имеются.

Анализируя специфику концепта пространство в политической речи, мы можем говорить об особом, политическом пространстве, представленном во всех свертках, для которого характерными особенностями являются:

- Центр пространства - страна, государство, регион;
- Наличие категории враги в разных ее воплощениях;
- Присутствие пространственных позиций;

Политическое пространство – это особое идеологизированное пространство, сгусток той идеологии, выражение той политической остановки, в которой находится той или иной регион.

Рассмотрев концепт время в данных свертках, можем также предположить существование особого, политического времени, отличительной чертой которого является то обстоятельство, что время измеряется и оценивается с точки зрения политических событий, его наполняющих. Оно убыстряется или замедляется, оценивается негативно или положительно в зависимости от его политического событийного наполнения.

Таким образом, исследование речевых текстов говорящих, а именно текстов политических лидеров, позволяет выдвинуть гипоте-

зу о новом подходе к проблеме концепта.

Наряду с философским, культурным, национально-культурным, можно говорить и о политическом концепте, проявляющемся в политической речи. (Наиболее яркое свое воплощение он получает в речи руководителей стран и регионов). С этих позиций обозначается новый подход к проблеме осмысления концепта, который, нам представляется, может получить дальнейшее развитие в науке.

**Мануковский М.
Воронеж**

МАНИПУЛЯТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ ДИСКУРСА СОВРЕМЕННЫХ СМИ

В современном мире, переживающем информационную революцию, языковая коммуникация становится одним из самых эффективных средств достижения и удержания власти. Этим объясняется пристальное внимание как лингвистов, так и представителей смежных наук, проявляемое к политическому дискурсу. Необходимой базой для осуществления данного вида дискурса являются современные СМИ, распространяющие информацию от «вершителей событий» до конечного массового потребителя и воздействующие, таким образом, на общественное сознание. В связи с этим вслед за И.В. Жуковым среди наиболее значимых функций современных СМИ можно выделить ориентирующую и манипулятивную.

В нашем исследовании рассмотрены газетные и журнальные заголовки как средство реализации вышеназванных функций. В заголовках особенно ярко проявляются общие особенности газетно-информационного стиля. Как отмечает А.А. Путин, в них, «как в фокусе, сконцентрированы многие лексические и грамматические особенности газетного стиля». Основными функциями как газетных, так и журнальных заголовков наряду с информационной являются рекламная, контактоустанавливающая, оценочная. Об особой важности заголовков говорит тот факт, что до пятидесяти процентов читателей ограничиваются при ознакомлении с какой либо статьёй чтением заголовка и вступок (развернутого подзаголовка, аннотации перед статьёй). Поэтому мы предполагаем, что заголовок и вступок организуются автором таким образом, чтобы даже без прочтения адресатом остального текста статьи оказать на него желаемое манипулятивное воздействие. *KRISE IM QUADRAT. Deflation und Dollar-Verfall verstaerken den Reformdruck auf Deutschland* [DIE ZEIT 23/2003]. Даже не прочитав саму статью о регрессивных темпах роста немецкой экономики в первом квартале 2003 года, о 30-ти процентном обесценивании доллара по отношению к евро с начала 2001 года, читатель воспримет основное коммуникативное послание авторов о наличии кризисных тенденций в экономике Германии.

Кроме того, как отмечают П. Мак Доналд и Я. Загер, заголовок и вводка создают основу для успешной коммуникации с читателем [McDonald/Sager, 1974], т.е. они играют роль установки, трактуемой как тенденция к определенной деятельности, способной удовлетворить какие-то потребности человека, определенное направление личности, состояние готовности. Именно установка определяет во многом отношение читателя к статье и самый способ восприятия языкового материала [Кон И.С., 1966, 187-205]. (Сравни: *Keine Hinweise auf Saddams Tod* [SPIEGEL-online, 22.06.03], Американцы опять убили Хусейна [Газета.ru, 24.06.03].) В свою очередь, восприятие даже простейшего объекта представляет собой сложный процесс, зависящий, прежде всего, от той системы ориентации, в которой данный объект рассматривается, а также от предшествующего опыта, интересов и практических целей субъекта. Следовательно, выбирая тот или иной заголовок, автор стремится достичь благоприятной установки читателя, обеспечивающей восприятие, сводящее прочитываемый материал к желаемой линии интерпретации.

Особая важность заголовка объясняется ещё и тем, что он находится в суперпозиции по отношению к остальному тексту. Как правило, это достигается с помощью параграфических средств: размещение заголовка, размер, цвет и шрифт букв, расположение фотографий, рисунков, схем и другого иллюстративного материала.

Что касается организации языкового материала в заголовках, то необходимо отметить преобладание номинативных конструкций и эллиптических предложений, объясняющееся законом “экономии сил” и выделением основной идеи [Залесова Н.А., www.utm.ru]. С их помощью реализуются информативная и рекламная функции. *UEBERRASCHUNGSSIEG FUER SPD IN BREMEN. Deutliche Verluste fuer CDU – Fortsetzung der grossen Koalition erwartet* [HANDELSBLATT, 26.05.03].

В заключение, отталкиваясь от типологии, предложенной Муратовой М. [Муратова М., 2003, www.russ.ru], мы попытались типологизировать заголовки и вводки по соотношению заключённой в них информации с информацией, сообщаемой в основном тексте.

- **Информативно-концептуальные** - строгие, демонстрирующие прямую связь между названием и текстом. *FREISPRUCH FUER VERSTOSS GEGEN KOPIERSCHUTZGESETZ. US-Jury spricht mildes Urteil gegen russische Softwarefirma* [FINANCIAL TIMES/Deutschland, 19.12.02]. Такое заглавие не является шифром, а представляет собой конденсированное выражение содержания текста.

- **Информативно-троповые** - совмещают в себе стремление к адекватному со смыслом текста обозначению его темы, с одной стороны, а с другой - желание некоего художественного именованя рассматриваемой проблемы. *FROSTIGE BEGEGNUNG IN BERLIN. Bundeskanzler verspricht*

groesseres Engagement Deutschlands in Afghanistan – Powell bleibt reserviert [DIE WELT, 17.05.03]. В данных заголовках чаще всего и применяются метафоры, фразеологизмы, устойчивые сочетания.

- **Реминисцентно-смысловое** - непосредственно указывают на семантическую соотнесенность текста с каким-либо известным произведением, картиной, мифом, сказкой (то есть используется прецедентный текст). *DER HIOB DER NATION* [DIE ZEIT 23/2003].

- **Номинативно-образные заголовки** указывают на идею через какой-либо образ. Чаще всего такие заголовки бывают одно- или двусмысловые. *DER ZUCHTMEISTER* [DIE ZEIT, 23/2003].

- **Дезинформирующие** (или вводящие в заблуждение) – сообщают заведомо ложную информацию. *Теперь пассажиров без билетов можно бить ногами* [МОЁ, www.kpv.ru]. Данный тип заголовков в подавляющем большинстве случаев используется в «жёлтой» прессе с целью максимально привлечь внимание читателя и побудить его к прочтению статьи.

Таким образом, можно заключить, что заголовки представляют собой одно из наиболее действенных средств реализации коммуникативных стратегий дискурса СМИ. Основанием этого служит суперпозиция заголовков по отношению к остальному тексту, следствием чего является повышенная концентрация внимания читателей, приходящаяся на них. Печатные издания максимально используют манипулятивный потенциал заголовков, тщательно отбирая параграфические и языковые средства, подталкивая читателей к прочтению статьи и в то же время, создавая необходимую установку для желаемого восприятия дальнейшего материала.

Манчинова Н.В.

Пермь

СТИЛЕВАЯ ИГРА КАК ПРОЯВЛЕНИЕ РИТОРИЗМА ТЕКСТОВ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

Традиционно риторизм воспринимается как характерная черта художественного сознания и художественных текстов соответственно. Однако, как отмечает Ю.М. Лотман, риторизм, основываясь на аналогии и являясь характеристикой аналогового по своей природе творческого мышления, не ограничивается художественной сферой.

Мы исходим из понимания риторизма как категории двуплановой: пронизывающей глубинный и поверхностный уровни семантической организации. Полагаем, что в этом смысле можно говорить о двуединстве риторизма и возможности условного выделения в едином целом двух начал: риторизма смыслового (риторизма идей) и риторизма формального (риторизма оформления идей). Специфика мыслеречевой деятельности человека обуславливает первичность смыслового риторизма и вторичность формального. В целом, дву-

единство риторизма и неоднородность его смыслового и формально-го планов предполагают внутреннюю сложность данной категории, ее изоморфность сознанию человека.

С этой точки зрения нами рассматривается стилевая игра как одно из проявлений риторизма текстов политической публицистики. Стилевая игра, представляющая собой смешение в одном тексте разностилевых единиц, которые нормативно, со стилистической точки зрения, не сочетаются друг с другом, выявляет неоднозначную, ироничную авторскую позицию по поводу противоречивого политического события.

Сближение несопоставимого способствует созданию семантического эффекта вследствие нарушения нормативной сочетаемости языковых единиц. Сила эффекта зависит от семантических и стилистических расстояний между сопоставляемыми единицами. Чем больше эти расстояния, тем больший семантический эффект возникает при их сближении. Сопоставляемые единицы сохраняют связь со своими исконными системами, поэтому порождаемая структура обладает множественной отнесенностью к разным системам.

Сближение нормативно несопоставимых разностилевых элементов порождает «риторическую ситуацию» (Ю.М. Лотман). «Риторической» можно назвать семантическую ситуацию сопоставления в разной мере несопоставимых элементов, являющуюся источником новых смыслов. В этом случае необходимо говорить о ситуации не простого семантического смещения, а о принципиально новой и парадоксальной, по определению Ю.М. Лотмана, семантической ситуации, в которой происходит диалог двух сознаний, двух позиций, генерируются новые смыслы, что, думая, создает основу для диалога стилей. Кроме того, именно в «риторической ситуации» сопоставление несопоставимого получает разноуровневое языковое выражение.

В рамках «риторической ситуации» возможно сближение нормативно взаимно несопоставимых разностилевых единиц, актуализирующих противоречивость политического явления и неоднозначность авторской оценки, и приведение их в отношение адекватности, что порождает семантический троп. В этом смысле как троп можно рассматривать весь текст, представляющий собой реализацию «риторической ситуации», основывающейся на риторических отношениях, а сам текст – как риторический.

Инга Г. Милевич

Даугавпилс, Латвия

ДАЙДЖЕСТ – КОММУНИКАТИВНАЯ ТЕРРИТОРИЯ “ЧУЖОГО” (по материалам современной прессы Латвии)

Особенно актуальной в условиях диаспоры становится проблема

самоидентификации. По признанию Э.Бенвениста, “осознание себя возможно только в противопоставлении”. [Бенвенист 2002: 249] Объектом нашего внимания явилась инвариантная мифологическая оппозиция **свой-чужой** и ее современные реализации в дайджестах публицистики Латвии. Дайджест, или коммуникативная территория чужого играет важную роль в формировании образа чужого и “созерцании себя в зеркале (я-для-другого, с точки зрения другого)”. [Бахтин 1986: 516] “Это противопоставление, в разных видах, пронизывает всю культуру и является одним из главных концептов всякого коллективного, массового, народного, национального мироощущения”. [Степанов 2001: 126] Оппозиция **свой-чужой** – один из важнейших культурных концептов, во многом формирующий картину мира различных народов, поскольку вместе с другими бинарными противопоставлениями (**верх-низ, правое-левое, далеко-близко**) в конечном счете реализуют архетипическую оппозицию – **доброе-злое (благоприятное-неблагоприятное)**. По словам В.А. Масловой, “вопрос о бинарных оппозициях – это вопрос об универсальных свойствах самой действительности и универсальных закономерностях ее отображения в человеческом сознании. А бинарная модель мира – общая для человека психологическая черта”. [Маслова 1997: 28]

Мы обратились к одному из жанров публицистики – дайджесту, в котором слово предоставляется непосредственно “чужому”, т.е. дайджест – территория слова “идеологического противника” [Зайцева 1987: 118] “Благодаря введению цитат повествование приобретает характер подлинности, документальности.” [Зайцева 1987: 120] В русскоязычной латвийской прессе дайджест часто обращается к изданиям на латышском языке. Жанровые и композиционные особенности дайджеста предполагают как выбор темы, так и различного типа компиляции, сокращения, комментирование или реферирование “чужого слова”, что обычно маркируется ремарками типа *Все статьи сокращены и не обязательно совпадают с мнением “МК-Балтии”;* *Материалы публикуются в сокращении. Перевод Телеграфа;* *О чем писали латышские газеты (Суббота); По страницам латышской печати (7 секретов).*

В дайджесты чаще всего попадают статьи латышской прессы, характеризующие **чужих-латышей**, их картину мира и **их** место в ней. Напр., *На минувшей неделе в центре внимания латышской прессы оказались сами латыши. Словно сговорившись, газеты слово “латыш” печатали чаще прочих. Только каждое издание имело в виду свои аспекты. (Суббота. 24-30.05.2002.); В “Неаткарига Рита Авизе” опубликована статья читателя газеты Иманта Зембергса под безхитростным заголовком “За кого голосовать?”.*

Текст любопытен как **своеобразный vox populi – голос латышского народа**. (Панорама Латвии. 06.08.2002.); Neatkarīgā: угроза латышскому – в **“сиротском сознании” самих латышей**. Партии делают “на языке” политические дивиденды – культивируя в результате в народе комплекс меньшинственной неполноценности – **“сиротское сознание”**, как пишет NRA. (Час. 03.06.2002.)

В дайджестах чаще других проблем освещаются различные варианты темы “растрата больших денег” как разновидности сильного мифостереотипа “деньги налогоплательщиков” (resp. **наши** деньги), который является мощным прагматическим сигналом тревоги. Напр., ст. **Миллион долларов на ловлю жуков**. Как всегда, озабоченная проблемами патриотизма и обороноспособности “Diena” публикует репортаж о том, как старшеклассники из Наукшёнской школы Валмиерского района осваивают навыки выживания в лесу. (7 секретов. 23.05.2002.) Этот сигнал тревоги усиливается в случае эксплицитного совмещения мифостереотипов **чужие** и **деньги налогоплательщиков**. Напр., А вот газета Neatkarīgā Rīta Avīze привела размеры компенсаций на всех **100 народных избранников**. В числе **самых компенсируемых депутатов** (их 13 человек) – чеченофил Юрис Галерийс Видиньш. (Суббота. 1-7.03.2002.)

Дайджест позволяет увидеть **своих** в зеркале **чужого**, т.е. себя в непривычной роли активного чужого, что создает негативный оценочный фон носителя первичной (латышской) информации. Напр., **Оказывается, латышей выживают из Латвии**, а Добелис в Африке гладил крокодила: **Если почитать “Latvietis Latvijā”**, можно узнать, что оккупация продолжается. (Панорама Латвии. 15.01.2002.); ...**Русскоязычные беспределышки распоясались до того**, что в некоторых трамваях остановки объявляли по-русски. ...В общем, оплот национальной цивилизации в русскоязычном городе (Даугавпилсе) призвал принять меры и немедленно назначить добровольных инспекторов госязыка, придав им “соответствующие полномочия” (Lauku Avīze). На **партиотический стук** откликнулась наша президент... (WEEKEND, 28.02.-07.03.2002.). В такого типа текстах дайджеста чаще всего используются вводные конструкции со значением недоверия или же достоверности информации (последние в функции выражения иронии, доходящей до сарказма), широко представлен экспрессивно-эмоциональный потенциал лексики.

Чужой может иметь конкретное воплощение, персонифицироваться в единичного **чужого**: Напр. ...**г-н Гарда** выступил с предложением ввести поправки к уголовному кодексу, которые предусматривали бы **суровое наказание для русских** за отказ от “деколонизации”... (Суббота. 16-22.11.2001) Такие личные появления

чужого вызывают эксплицитную оценку (или косвенную полемику) представителя **своих** на своей же коммуникативной территории (преимущество!). Напр., “Соло есть соло, хор есть хор” – под таким заголовком “Jauna Avīze” публикует интервью бизнесмена и “внештатного советника” президента Вике-Фрейберги Сола Букинголтса. Светский лев и слегка таинственного происхождения американско-еврейско-латышский человек считает, что “у наших детей не будет таких комплексов, как у нас, живших в СССР” (**верно – у них будут свои**). “...Я хочу, чтобы русские люди слышали Вайру Вике-Фрейбергу, чтобы понимали, что президент говорит”. **Либо святая простота, либо – хитрая подколка.** Ибо, если уж русские все и стопроцентно ПОЙМУТ, что говорит ВВФ, то на пользу авторитета нашего очаровательного президента это явно не пойдет. Но Сол знает, что делает – ведь он учился в иезуитском университете... (7 секретов. 23.05.2002)

Мухаметдинова Т.В.

Челябинск

ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО МОДЕЛИРОВАНИЯ ОБРАЗА АМЕРИКИ В РОССИЙСКИХ СМИ

Исследование метафоры в политическом дискурсе – одно из наиболее перспективных направлений в современной когнитивной лингвистике (Дж. Лакофф, М. Джонсон, Н.Д. Арутюнова, А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, А.П. Чудинов и др.).

В основе теории концептуальной метафоры лежит представление о метафоре как о языковом явлении, отражающем процесс теорией метафорические модели заложены в понятийной системе человеческого разума, это своего рода схемы, по которым человек думает и действует. Соответственно наблюдения за функционированием метафор признаются важным источником данных о функционировании человеческого разума. Мир политики неизменно оказывает влияние на экономическое, социальное, культурное пространство нации, являясь мощным звеном в создании цепи метафорических образов, присутствующих в российских СМИ.

Концептуальная метафора в СМИ содержит оценочный смысл, способствует созданию эмотивного эффекта. Современный российский политический дискурс характеризуется многочисленными метафорическими моделями, отражающими американскую действительность. Ключевые понятия и реалии политической сферы являются образно-экспрессивными центрами метафорического притяжения: власть, государство, народ, личность и т.д.). Эти центры притяжения, являясь предметом оживленного обсуждения, получают разнообраз-

ную повторную номинацию в тексте, то есть притягивают новые обозначения, что часто приводит к образованию комплекса метафор.

В нашей работе внимание сфокусировано на антропонимной метафоре. Материалом исследования послужили газетные статьи на русском языке, посвященные ситуации вокруг Ирака.

При анализе метафор выделяются несколько вариантов:

1) Американское государство метафорически представлено как живое существо с его способностью к эмоциональным реакциям и проявлениям воли:

Американская общественность была буквально ошеломлена газетными аншлагами: деньги со счетов в вашингтонском Riggs bank жены посла Саудовской Аравии в США попадали в руки по крайней мере двух участников прошлогодней террористической атаки на Америку... направивших один из захваченных лайнеров на Пентагон (Итоги.ру Н.Зимин, А.Смирнов. Утечка нефти).

*Похоже, Москва опасается, что **«головакружительный успех» сил коалиции** может подвинуть их на экспорт капиталистических демократий (формулировка В.В.Путина) в другие страны, например, в Сирию (КП. А. Гамов. Кто-то пострелял, кто-то немножко пограбил, кто-то должен за это удовольствие заплатить).*

2) Американское государство метафорически представлено как живое существо с акцентированием его социальных свойств и интересов:

*Америка **приберегает Россию на десерт** (КП. Беседы с А.Ванденко. Н.Нарочницкая).*

*Истинный ее [доктрины Монро] смысл в том, чтобы решение всех проблем планеты передать неким наднациональным органам, в которых **США будут в роли главного арбитра**.*

*Но надо понимать – за формулировкой **«стратегического партнерства»** с США стоит никогда не прекращавшееся стратегическое соперничество. (КП. Беседы с А.Ванденко. Н.Нарочницкая).*

3) Действия и интересы США метонимически представляются как действия и интересы президента Джорджа Буша, президент как бы олицетворяет государство:

*От **чуждачеств** или, назовем это иначе, индивидуальных особенностей **первого лица государства**, к счастью, не так много зависит. Буш может **ощущать себя мессией**, вести диалог с Богом, но это уже его личные проблемы. (КП. Беседы с А.Ванденко. Н.Нарочницкая).*

Мировое сообщество возлагает надежды на Россию. Можно и

нужно **обуздать Буша**, но политическими средствами, а не с помощью военной дубины. (КП. Кто обуздает «ковбоя» Буша?)

4) США - крупный игрок на мировой политической арене:

Похоже, что **серьезная ставка может быть сделана на постсаддамовский Ирак**, который занимает второе место по объемам разведанных нефтяных запасов (Итоги.ру. Н.Зимин. А. Смирнов. Утечка нефти).

Нынешней осенью Республиканская **партия Буша отлично разыграла иракскую карту**, опередив оппозиционных демократов на выборах в конгрессе, но где гарантия, что фактор Ирака и бен-Ладена сработает через 2 года? (Итоги.ру. Н.Иогансен, А.Михайлов. Сильный министр для слабого доллара).

Словом, **Россия и США в афганском покере оказались естественными партнерами, и главное единственными дееспособными игроками**. Все прочее – дело дипломатической техники. Хотя покер, конечно, игра жесткая. (Итоги.ру. В.Сычева. И.Мельникова. Афганский пасьянс).

При анализе рассмотренных вариантов моделей легко заметить, что не всегда возможно отчетливое разграничение вариантов моделей, так как различные варианты постоянно взаимодействуют. В перспективе нашего исследования – изучение прагматического потенциала политических метафор в российском политическом дискурсе.

Наумова И.О.

Харьков

ИСТОЧНИКИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ РУССКОГО ЯЗЫКА XIX ВЕКА

По мнению Л. Гальди, возникновение политической терминологии современного русского языка трудно понять без учета влияния именно английского языка, который является и в настоящее время ведущим источником фразеологических калек на уровне газетно-публицистических стилей речи русского языка.

В данной статье предпринимается попытка выявить основные периоды пополнений политической фразеологии русского языка XIX века фразеологизмами английского происхождения.

1. Начало формирования общественно-политической терминологии русского языка принято относить к началу XIX века. Как отмечает В.Г. Белинский, в 20-30 годы XIX века ощущался значительный пробел среди терминов логически устойчивых слов в кругу общественно-политической лексики. В этот же период отдавалось предпочтение прямому заимствованию европейских терминов (главным образом, из французского языка, восходящих преимущественно к латинскому источнику). Однако, в это же время А.С. Пушкин отмечает в письме к

Н.И. Гнедичу: «Английская словесность начинает иметь влияние на русскую. Думаю, что она будет полезнее влияния французской поэзии, робкой и жеманной». К рассматриваемому периоду можно отнести и первые регулярные пополнения русской языковой системы фразеологизмами английского происхождения. К концу XVIII века происходит стабилизация политических, экономических и культурных контактов между Россией и Англией, что обуславливает накопление к началу XIX века значительного объема переводной публицистической и художественной литературы с английского языка, что, в свою очередь, способствует возникновению анализируемых единиц.

Пласт самых ранних поступлений фразеологизмов английского происхождения в политической терминологии русского языка предположительно может быть представлен крылатыми словами видных английских и политических деятелей 16-18 вв., большая часть данных выражений ассимилируется в языке лишь в середине XIX века. Например: *знание сила* > *knowledge is power* (Ф. Бэкон, 1597), *держать порох сухим* > *to keep one's powder dry* (Ф. Кромвель, 1650), *Британский лев* > *the British Lion* (Дж. Драйден, 1687), *время – деньги* > *time is money* (Б. Франклин, 1748), *нация лавочников* > *nation of shopkeepers* (А. Смит, 1776), *равновесие сил* > *balance of powers* (Р. Волп, 1741), etc.

Авторами многих фразеологизмов английского происхождения являются видные английские и американские политические деятели. Нередко данные фразеологизмы становятся крылатыми словами в английском и русском языках.

Однако большая часть рассматриваемых единиц оставалась известной лишь в узком кругу билингвистов или специалистов в области истории Англии и ее языка (ср. *пороховой заговор* > *gunpowder plot* (1605), *долгий парламент* > *Long parliament* (1640), *столетняя война* > *Hundred Years' War* (1337-1453), *звездная палата* > *Star chamber* (1614), etc.).

2. К 50-60 гг. XIX века публицистика приобретает главенствующее положение среди функциональных стилей русского языка, что определяет возрастание притока новых поступлений фразеологизмов английского происхождения в политическую терминологию. В этот период (50-60гг.– 80 гг. XIX века) в политической фразеологии русского языка начинают функционировать такие фразеологические кальки из английской политической терминологии, как, напр., *Доктрина Монро* > *Monroe Doctrine*, *Америка для американцев* > *America for Americans*, *мастерская мира* > *the world's workshop*, *Армия спасения* > *Salvation Army*, *Руки прочь!* > *Hangs off!*, *Англия – мать парламентов* > *England is Mother of Parliaments*, etc. Для середины XIX ве-

ка XIX века характерен процесс приобщения слов иных лексико-семантических сфер к выражению понятий политической лексики и фразеологии. С одной стороны, наблюдается явление актуализации выражений из художественной литературы (ср. *вступить на тропу войны* > *to go on the war-path* (Ф. Купер), *всемогущий доллар* > *the almighty dollar* (В.Ирвинг, 1837), *выкурить трубку мира* > *to smoke the pipe of peace* (Г. Лонгфелло, 1855), а с другой стороны – протекает процесс ретерминологизации естественно-научных терминов, которые, пройдя фазу переосмысления, начинают употребляться как политические термины (ср. *борьба за существование* > *struggle for life* (Ч. Дарвин, 1859). Параллельно данная фразеологическая калька получает распространение и в русском литературном языке (ср. название части романа Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание» - «Борьба за жизнь» (1867г.), напечатана в «Современнике» №8 за 1868 год под названием «Борьба за существование»). В политической фразеологии русского языка конца XIX века появляются и термины политической экономии, заимствованные из английского языка. Ср. *банковская школа* > *bank school*, *манчестерская школа* > *Manchester school*, *золотой стандарт* > *gold standard*, *свободная торговля* > *free trade*, *теория человеческого капитала* > *human capital theory*, *фабианское общество* > *Fabian Society*, etc.

3. Английский язык оказывал значительное влияние на процесс формирования политической фразеологии русского языка 19 века. Большинство заимствованных фразеологизмов получили распространение в русской политической фразеологии в виде переводных конструкций – фразеологических калек.

Нахимова Е.А.

Екатеринбург

О ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ ИДЕОЛОГЕМ

Идеологема – слово, смысловое содержание которого неодинаково понимается сторонниками различных политических взглядов, особенно часто эти различия связаны с эмоциональной окраской слова, на которое переносится оценка соответствующего явления (Н.А.Купина, В.М.Амиров, А.П.Чудинов и др.). Примером могут служить такие значимые для отечественного политического дискурса идеологемы, как буржуазия, демократия, капитализм, коммунизм, народ, пролетариат, свобода, социализм. При этом для сторонников марксизма положительную оценку несут идеологемы социализм, коммунизм и пролетариат; соответственно отрицательно оцениваются капитализм и буржуазия. У их политических оппонентов оценки социализма, коммунизма и капитализма прямо противоположны.

Как отмечает Н.А.Купина (1995), один из способов регламента-

ции использования идеологом – это их толкование в словаре исключительно с позиций правящей партии, в том числе выделение особых значений. Так, в четырехтомном «Словаре русского языка» (1983 год, том 3) в качестве особого значения слова партия представлено значение «Коммунистическая партия Советского Союза». Если следовать этой логике, то каждая более или менее крупная политическая партия должна быть представлена в словаре отдельным значением.

Идеологические наслоения имеет и толкование в указанном словаре первого значения слова «партия» – Политическая организация, являющаяся высшей формой организации какого-либо класса и представляющая собой наиболее активную часть этого класса, защищающую его интересы в достижении определенных целей и идеалов. Дело в том, что в немарксистских теориях политологии партия – это объединение лиц, вовсе не обязательно имеющее классовый характер. Регламентация в использовании идеологом часто интерпретируется как проявление «новогоза», средства создания некоей иллюзорной действительности (по Джорджу Оруэллу).

Еще одной яркой идеологемой, специальные компоненты которой находят отражение в толковых словарях является слово «народ». Как марксисты, так и их противники связывают свои идеалы с борьбой за счастье народа, однако марксисты обычно, говоря о народе, имели в виду только людей физического труда, а для их оппонентов народ – это все жители страны. Соответствующее понимание отражает два значения, зафиксированные в четырехтомном «Словаре русского языка»: 1. Население, жители той или иной страны, государства. 3. Основная трудовая масса населения страны (в эксплуататорских государствах – угнетаемая господствующими классами).

Второй тип идеологем – это наименования, которые используются только сторонниками определенных политических взглядов, соответствующие наименования передают специфический взгляд на соответствующую реалию и ее эмоциональную оценку. В тоталитарных государствах нередко предпринимаются попытки прямо или косвенно регламентировать использование тех или иных слов и выражений. Например, в русско-советском языке государства, которые были идеологическими союзниками СССР, назывались странами народной демократии, государствами мировой социалистической системы или социалистическим содружеством (между этими обозначениями существовали некоторые смысловые различия), а диссиденты называли эти страны советскими сателлитами. Крестьян, ведущих индивидуальное хозяйство, одни называют единоличниками, а другие – фермерами.

Очевидно, что в современных толковых словарях не должны вы-

ражаться политические взгляды авторов, их отношение к реалиям, которые обозначаются идеологемами. Для этого должны быть разработаны особые правила лексикографического представления идеологом.

Немирова Н.В.

Сыктывкар

ПРЕЦЕДЕНТНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

(на материале современной публицистики)

Прецедентность в лингвистике – это процесс отражения в тексте культурной национальной традиции в оценке и восприятии исторических событий, мифологии, памятников искусства, литературы, произведений устного народного творчества.

Прецедентные феномены (ПФ) являются одной из ярких характеристик политического дискурса, который, по мнению А.П. Чудинова, включает в себя, наряду с другими компонентами, и «другие тексты, содержание которых учитывается автором и адресатом» [Чудинов, 2000: 74].

ПФ обладают следующим набором признаков: значимостью «для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношении», известностью «широкому окружению данной личности» и многократной употребительностью в «дискурсе данной языковой личности» [Караулов 1987: 216]. ПФ реализуются в форме прецедентных текстов (ПТ), прецедентных высказываний (ПВ), прецедентных ситуаций (ПС), и прецедентных имен (ПИ) [Красных, Гудков, Захаренко, Багаева 1997: 64].

В современном политическом дискурсе встречаются все разновидности вербальных ПФ, особый интерес представляют ПФ в аллюзивном употреблении.

ПФ разной степени обобщения, связанные между собой общим источником, могут составлять прецедентные цепочки (ПЦ) и прецедентные парадигмы (ПП).

Рассмотрим ПЦ. В публицистическом контексте: «... нет, мы все-таки не на «Титанике», раз еще не научились думать и чувствовать» (ЛГ, 2003) – имя «Титатик», употребленное в значении 'крайняя степень разрушения, бедствия' и используемое для характеристики современного состояния России, приобретает символическое значение. ПИ «Титаник» в символическом употреблении является последним компонентом ПЦ, в которую входят ПФ разной степени обобщения. Начальным компонентом является ПС – гибель суперлайнера «Титаник» в 1912 году. Под влиянием ПС в сознании всех знавших о гибели «Титаника» его имя ассоциировалось с катастрофой, однако актуализация символического значения ПИ происходит благодаря

фильму Д. Кэмерона, важнейшей составляющей которого является текст сценария (ПТ). Итак, данная ПЦ формировалась следующим образом: ПС → (ПИ) → ПТ → ПИ-символ.

Формирование открытых ПП в наибольшей степени свойственно лирическим и лиро-эпическим произведениям школьной программы, художественным фильмам и текстам песен. Рассмотрим один из таких ПТ – стихотворение А.С. Пушкина «К Чаадаеву». Для прямой и косвенной характеристики политической ситуации в современной России используется, по крайней мере, три ПВ. Все они вынесены в сильную позицию текста – заголовок. ПВ-1: «Недолго нежил нас обман» - «Недолго тешил нас обман» («Российская газета, 2001); ПВ-2: «Россия вспрянет ото сна» - «Россия вспрянет ото сна?» (МК, 2000); ПВ-3: «И на обломках самовластья Напишут наши имена!» - «На обломках демдвижения» (АиФ, 1999).

Лексическая замена (нежил – тешил) позволяет автору статьи, анализирующему выборы губернатора Нижнего Новгорода, показать, что Кремль «ничего не проиграл, но выиграл в сражении с людьми с запятнанной репутацией». Действие, названное глаголом тешить в значении 'ободрять', скорее всего, относится к тем избирателям, большинство из которых проголосовало за представителя КП РФ.

Изменение объективной модальности высказывания (в источнике – утвердительная: «Россия вспрянет ото сна, И на обломках самовластья Напишут наши имена!», в аллюзии – гипотетическая: «Россия вспрянет ото сна?») влечет за собой и изменение субъективной модальности. Для первого примера характерна экспрессия эмоциональной приподнятости, торжественности, для второго – экспрессия разочарования. Последняя весьма характерна для публикации, характеризующих современное состояние России (в анализируемой статье идет речь о выступлении российских спортсменов в Сиднее).

В статье «На обломках демдвижения» погибший депутат ГД С.Юшенков рассуждал об особенностях демократического движения в России (1989 – 1999), назвав историю демдвижения в России – «историей разногласий и расколов», поэтому сокращение ПВ и лексическая замена как нельзя более точно раскрывают основной замысел автора публикации.

Таким образом, анализ прецедентности современного политического дискурса позволяет говорить о том, что ПФ могут быть представлены в виде ПЦ и ПП. ПЦ - это группа ПФ, каждый из предыдущих которой является непосредственным источником последующего. ПП – это группа ПФ, восходящих к одному и тому же источнику.

Олянич А. В.

ПРЕЗЕНТАЦИОННЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Под коммуникативной стратегией нами понимается концептуальное мировоззренческое намерение и его действенное осуществление при производстве содержания коммуникативного процесса. При этом осуществляется выбор того или иного коммуникативного пространства, той или иной среды коммуникации, того или иного типа взаимодействия, того или иного места порождения смысла, и, тем самым, одного или нескольких дискурсивных измерений, относительно которых строится дискурс коммуникации.

Существует колоссальное множество попыток выделения типов и построения классификации коммуникативных стратегий в зависимости от специфических задач той или иной научной парадигмы, вовлекающей понятие стратегии в сферу своих интересов. Некоторые исследователи (например, украинский политический технолог С.Дацюк) полагают, что все выделяемые типы стратегий могут быть в самом общем виде сведены к трем обширным классам - *презентации, манипуляции, конвенции*. По уровню открытости, симметрии и способу производимой коммуникации они тоже отличаются: *презентационный тип является пассивной коммуникацией; манипуляционный тип является активной коммуникацией, конвенционный тип является интерактивной коммуникацией*. По мнению С. Дацюка, основными средствами этих стратегий являются: для презентации – послание, для манипуляции – сообщение, для конвенции – диалог.

По нашему же убеждению, в политическом дискурсе коммуникативные стратегии сводятся исключительно к презентации с элементами манипуляции и конвенции. Последние встраиваются в презентацию в качестве «подручных средств» реализации целей и намерений осуществляемого политического общения. Таким образом, речь может идти только о презентационных коммуникативных стратегиях, которые представляют собой способы производства и представления коммуникативного пространства в среде политического общения за счет активизации деятельности по изменению структуры этой среды. Основными презентационными стратегиями в политическом дискурсе являются:

- адекватное и активное воплощение коммуникативного пространства в структуре коммуникационной среды безотносительно к задачам расширения или структурного изменения среды коммуникации – то, что в деловом дискурсе метко именуется *промоушн* (продвижением);
- смысловое изменение коммуникативного пространства, вле-

кущее за собой изменение структуры коммуникационной среды – своеобразный *имиджмейкинг*;

- расширение и детализация структуры коммуникационной среды при неизменном, как правило, коммуникативном пространстве – *расширение информационного присутствия*.

Реализация презентационных стратегий в политическом дискурсе возможна при помощи активного использования когнитивно-суггестивных инструментов воздействия, которые предоставляет лингвосемиотическая система, лежащая в основе любого типа дискурса. Основная нагрузка в этом процессе ложится на базовую единицу презентационной структуры дискурса – **презентему**, под которой предлагается понимать ***мельчайшую информационную единицу воздействия, представляющую собой сложный лингвосемиотический (знаковый) комплекс, состоящий из когнитивно освоенных субъектом образов окружающего мира и переданный другому субъекту в ходе коммуникации с данным субъектом с целью воздействия на него. Процесс коммуникации может быть представлен в виде разворачивающейся во времени и в пространстве последовательности презентем как сугубо семиотически (визуально), так и дискурсивно (преимущественно вербально)***.

Далее в докладе обсуждается структура политической презентемы, ее конститутивные признаки и параметры; анализируется роль презентемы в формировании презентационных стратегий, воплощающихся в виде тактик, также призванных выполнять задачи, маскирующие истинные намерения субъектов и объектов политического дискурса. Такими тактиками нам представляются игровой (людический) и театральный (драматургический) типы виртуализации всего концепта «политика», базирующиеся на внедрении в массовое сознание общества (клиентов политического дискурса) сочувственного отношения к действиям политиков (агентов политического дискурса) и создаваемым ими манипулятивным конструктам, что достигается за счет широкого использования политической эвфемизации.

Панин В.В.

Тюмень

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС: "ЯЗЫК ДВУСМЫСЛЕННОСТИ"

Современный этап развития лингвистики ознаменован повышенным интересом к изучению дискурса. Понятие "дискурс" (от франц. discours – речь) получает много различных интерпретаций. В данной работе мы принимаем за основу определение дискурса как связанного текста в совокупности с экстралингвистическими – прагматически-

ми, социокультурными, психологическими и другими факторами: текста взятого в событийном аспекте, речь, рассматриваемую как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах) [Артюнова 2000: 136-137].

В качестве одной из разновидностей дискурса некоторые лингвисты выделяют политический дискурс, к которому относятся политические газетные тексты, публичные выступления политиков, интервью, тексты политических документов и другое. Изучение политического дискурса проводится главным образом в прагматическом аспекте, с целью выяснить достигаемый перлокутивный эффект. Как справедливо замечает А.П. Чудинов, "специфической чертой агитационно-политических текстов является их общая коммуникативная установка на то, чтобы увлечь, заинтересовать, убедить адресата, повести его за собой" [Чудинов 2001: 21-22]. А.А. Стриженко выделяет ряд факторов, присущих тексту (информативность, интересобъективность, эффективность, понятность, пригодность, апеллятивность, приемлемость, убедительность, воздейственность, идеологичность), среди которых политическому тексту в наибольшей степени присущи факторы эффективности, убедительности и идеологичности [Стриженко 1985: 5-8].

Вместе с этим, для языка политики характерно замалчивание отдельных фактов, а подчас заведомое искажение истины. Данные особенности языка политики одним из первых отметил английский писатель Д. Оруэлл. В статье "Политика и английский язык" (1946) Д. Оруэлл пишет, что "устная и письменная речь политиков оправдывает то, что невозможно оправдать... Язык политики, таким образом, должен состоять из эвфемизмов, голословных фраз и туманной неопределенности" [G. Orwell 1946]. Идеи Д. Оруэлла применительно к современному английскому языку развивает американский исследователь У. Лутс (W.Lutz), назвавший свою книгу "Doublespeak" - "Язык двусмысленности". У. Лутс определяет doublespeak как "язык, способствующий плохому казаться хорошим, отрицательному – положительным, неприятному быть привлекательным или, по крайней мере, терпимым... это несоответствие между словом и референтом" [Lutz 1981: 1]. Автор выделяет 4 типа "языка двусмысленности":

1. Эвфемизмы, то есть нейтральные слова или выражения, используемые для избежания обозначения неприятных, негативных явлений действительности. К "языку двусмысленности" относятся только те эвфемизмы, цель которых – ввести в заблуждение или обмануть, например, *unlawful or arbitrary deprivation of life* "незаконное или случайное лишение жизни" (термин, введенный госдепартамен-

том США для оправдания нарушений прав человека в поддерживаемых США странах), *incontinent ordnance* – "бомбы и снаряды, разорвавшиеся на собственных позициях".

2. Жаргон, то есть специализированный язык представителей того или иного ремесла, профессии. Неуместное употребление жаргонизмов, большая часть которых непонятна простому обывателю, придает речи оттенок двусмысленности, недосказанности. Например, юридический термин *involuntary conversion* "потеря собственности в результате кражи, несчастного случая или конфискации" был использован одной из авиакомпаний как синоним "авиационной катастрофы" (*airplane crash*).

3. Бюрократический язык (*gobbledygook, bureaucratese*), характерными особенностями которого являются многословие, громоздкость синтаксических конструкций, в результате чего теряется основной смысл высказывания.

4. "Напыщенный" стиль (*inflated language*), придающий предметам или явлениям оттенок важности, экстраординарности, например, *pre-emptive counterattack* "упреждающий контрудар" вместо *attack* "атака", *negative patient care outcome* "отрицательный результат ухода за пациентом" – "смерть пациента" [Lutz 1981: 2-6].

В работах отечественных лингвистов также уделяется внимание проблемам искажения или сокрытия подлинных фактов в языке политики, в основном в аспекте эвфемии. Напр., Павлова Е.К. выделяет группу политических эвфемизмов, определяя их как "лексемы, употребляемые вместо нежелательных слов и выражений с целью скрыть неприятные стороны действительности за счет смягчения или искажения смысла описываемого факта" [Павлова 1989: 62]. Гальперин И.Р. считает политические эвфемизмы не эвфемизмами в прямом смысле слова, а примерами мейозиса (преуменьшениями), цель которого – ввести в заблуждение общественное мнение и выразить нечто неприятное более деликатным образом [Гальперин 1977: 175]. Чудинов А.П. пишет об эвфемистической функции метафоры, когда "метафора помогает передать информацию, которую автор по тем или иным причинам не считает целесообразным обозначить при помощи непосредственных номинаций" [Чудинов 2001: 50].

Паршин М.М.

Пермь

ОБРАЗНАЯ МОДЕЛЬ «МИР – ТЕАТР» В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

Современные СМИ являются важным фактором формирования и развития политического дискурса. Повышенная функциональная нагрузка дискурса в значительной степени обеспечивается применением

ем в нем специальных культурных знаков, наделенных символическим смыслом. В язык публицистики активно внедряются общекультурные формы познания и представления мира, например, мифологические, символические и архетипические. Перечисленные категории относятся к высшему классу универсальных способов познания мира, представленных прежде всего в литературе и искусстве.

Если традиционный миф в своей основе – порождение творческой фантазии и одновременно попытка объяснить явление, то современный (и в т.ч. политический) миф особенно характерен в сфере популяризации знаний (а также искусства), в сфере перехода от полусознания к знанию. Современная «мифологическая» картина мира задает образные модели (типа «общество есть живой организм»), и на их основе создается набор изобразительных средств (типа метафор «больное общество», «метастазы коммунизма» и пр.). Об этом, в частности, Павлович говорит на примере поэтического текста. Эти структуры уже не носят собственно объяснительного характера, а лишь в наглядно-образной форме представляют явления и процессы современной жизни. В политическом дискурсе нередко используется отражение образной модели действительности, поэтически выраженной Шекспиром: «Весь мир – театр, и люди в нем - актеры». Попробуем выявить некоторые закономерности этого публицистического переосмысления на примере театрально-драматургической лексической группы. Данная модель широко применяется авторами в дискурсе (за кулисами, подмостки, режиссер, сцена, драма, театр и т.п.)

Во многих случаях модель «мир-театр» проецируется и на политическую сферу, трансформируясь до модели «политика-театр»: *«Мы живем в гигантском театре. Стоит заглянуть за кулисы, как вместо грандов большой политики увидим толпы ничего собой не представляющих карликовых деятелей»* (КП, 15.03.2003). Слова-символы театральной лексической группы относятся к единицам, которые служат повышению экспрессивности, поэтому столь часто их употребление именно в публицистическом тексте, остром по определению. Это в первую очередь относится к их применению в прямом значении: *«В декабре для Путина состоялась генеральная репетиция такого ответа. На своей пресс-конференции он ответил уклончиво, объяснив, что переименование городов - это компетенция местных органов и федерального парламента»* (НГ, 31.01.2003).

Наибольший интерес для исследования представляет функционирование слова как культурного идеологического символа в публицистическом тексте, механизмы текстовой реализации его семантики.

Реальное применение слова-символа в тексте очень часто сводится к варьированию, расширению, разного рода контаминациям: *«Сразу ясно, что этот кандидат участвует в выборах неспроста. Кандидат обязательно должен выстрелить. Но пока что он просто висит на стене, дожидается своего звездного часа»* (НГ, 23.09.2000). В нашем случае совмещение в одном контексте двух и более семиотически значимых номинаций особенно часто, если одна из них прямо относится к театру. Так, статья о первой леди России называется *«Людмила Путина: самая важная в жизни роль»* (АиФ, 3.04.2002). Дополнительный смысловой нюанс фразеологизму *важная роль* придает тот факт, что Л. Путина всегда мечтала играть на сцене.

В публицистическом тексте активно функционируют и фразеологизмы, созданные на базе слов театрально-драматургической группы. Распространенным приемом актуализации ФЕ является замена одного из компонентов фразеологизма: *«Театр начинается с... бизнеса»* (АиФ, 11.06.2003). Окациональный фразеологизм для усиления семантического антагонизма может прямо в тексте противопоставляться традиционному: *«Возможно, ко всем этим действующим и бездействующим лицам большой политики появилось бы немало неприятных вопросов, не возникни этот синдром несостоявшегося позора»* (Газета.RU, 28.10.2002). Театральный фразеологизм может стать базой для ФЕ иного семантического поля, сохраняя свою структуру: *«Как театр начинается с вешалки, так и туризм начинается с развитой сети гостиниц»* (АиФ, 18.04.2001). Характерен и обратный процесс, когда слово театральной семантики заменяет компонент другого фразеологизма: *«Театры, которые мы теряем»* (АиФ, 21.03.2001). Авторы нередко не только трансформируют ФЕ, но и акцентируют на этом внимание читателя с помощью вводных «говорят», «перефразируя выражение»: *«Предчувствуя снисходительную улыбку искушенных читателей по поводу заезженной цитаты "Любите ли вы театр?", переиначу хрестоматийный вопрос: "Любим ли театр мы, законодатели?"* (Известия, 17.11.2002). Периферийно к семантическому полю модели «мир-театр» относятся и цитаты из драматургических текстов (пьес, опер и т.д.). Так, только опера «Борис Годунов» дала пищу многим журналистам: *«Пиарщики кровавые в глазах»* (Газета.RU, 13.05.2002); *«Закон безмолвствует»* (Известия, 03.03.2003). То же можно сказать о названиях художественных произведений: *«Укрощение строптивой Думы»* (Коммерсантъ, 13.09.1999).

Использование слов-символов в современной публицистике для построения любой когнитивной модели, в том числе и «мир-театр», носит творческий характер. При этом задействован спектр лингвис-

тических приемов, обогащающих культурную семантику слов, повышающих их «символический потенциал». Исходя из этого можно говорить об актуальности различных образных моделей действительности и о развитии в публицистических текстах процессов, характерных для текстов «большой» литературы.

Паршин П.Б.
Москва

МЕТАНАУЧНЫЕ РАЗМЫШЛЕНИЯ О ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКЕ: ТРИ ПОДХОДА К СТАНОВЛЕНИЮ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Проведение научной конференции по политической лингвистике (пусть даже и не первой, особенно с учетом зарубежных прецедентов) – это, конечно, еще далеко не институционализация научной дисциплины, но явный шаг к ней, к тому же подкрепляемый теперь авторитетом РГНФ. Так что извиняться за термин «политическая лингвистика» и комментировать его внутреннюю форму, по-видимому, больше не надо: извинения уже прозвучали, а комментарии были сделаны (ср. [1-2]). А вот о внутренней структуре той совокупности исследований, которые их авторы готовы обозначать этим термином, и о ее отношении к другим, более устоявшимся дисциплинам говорить стоит, хотя этот разговор и длится уже дольше, чем существует сам термин «политическая лингвистика» (ср. [3])

2. В докладе представляется полезным обсудить применимость к современной политической лингвистике некоторой типологии, различающей три варианта становления самых различных областей знания. На практике, конечно, эти подходы обычно бывают тесно переплетены, но вот рефлексия этой практики, а также способы построения локальных исследовательских проектов являют эти подходы в более чистом виде. Между тем политическая лингвистика как раз пребывает в таком состоянии, когда она часто становится предметом рефлексии и нередко воспринимается как исследовательский проект (категория, вообще-то заслуживающая особого разговора).

3.1. Итак, первый подход – это подход **от порождающей схемы**, или, если угодно, от некоторой модели предметной области. Модели могут быть различными и выбранными с различной степенью удачности, тем более, что важную роль в их формировании нередко играют аналогии и метафоры, однако что является сильной стороной подобного подхода, так это наличие в нем некоторой логики, структурирующей предмет и методы его исследования. Логика эта, если она только специальным (не обязательно злонамеренным) образом не затемняется той или иной эзотерией, открыта для критического рассмотрения и, что очень важно, объясняет, почему у объекта выделя-

ются те или иные стороны, открытые для внимания исследователей. Слабость данного подхода заключаются, во-первых, в том, что логическая схема сама по себе нечувствительна (выражаясь языком квалификационных сочинений и грантовых заявок) к практической значимости и актуальности исследований и задает, как и всякая логически обоснованная типология, дерево структурно равноценных, но совершенно по-разному развитых/развиваемых возможностей. Во-вторых, структурная схема – эта чаще всего agenda, если не desideratum, и многие из предусмотренных в ней позиций могут оставаться незаполненными в течение многих десятилетий (ср. историю семиотики, возникшей, особенно у Ч.С. Пирса, именно как логическая схема) или заполняться с явной натуужностью. Очевидно также, что реализация логической схемы предполагает получение достаточно внятного ответа на вопрос, как минимум, о предмете исследования (тогда как при других подходах таковой ответ может долго оставаться вполне расплывчатым или вовсе не занимать исследователя в общем виде).

Если говорить о практике политической лингвистики, то автору неоднократно доводилось сетовать как раз на отсутствие заинтересованности в определении предмета дисциплины и предлагать свое понимание, согласно которому предметом политической лингвистики должен был бы стать некоторый аналог категории идиоэтнического языка – идиополитический дискурс (см. [4]). Не менее важным при таком подходе оказывается определение отношений (опять же логических) политической лингвистики к смежным дисциплинам, каковыми оказываются прежде всего теория политической коммуникации и политическая семиотика, а отчасти и социолингвистика.

3.2. Второй подход – это подход от **практических потребностей**. Сильная сторона такого подхода – это очевидная прагматическая значимость и актуальность формирующегося комплекса исследовательских начинаний, главные же слабости –бессистемность этого комплекса и внелингвистическая мотивация (а очень часто и методологическая база) основных исследовательских начинаний [4]. Среди практически ориентированных исследований в наибольшей степени соответствующим представлению о политической лингвистике как исследованию языкового своеобразия политической коммуникации, обусловленного той ролью, которую выполняет политическая деятельность в обществе, и по-своему утилизирующего потенциал языковой структуры и языковых механизмов, оказываются риторика и теория речевого воздействия, а также концепт-анализ, неотделимый от анализа языковых форм, тогда как прочие исследовательские начинания тяготеют к широко (без обязательной «компьютерной» при-

вязки, исторически вторичной) понимаемой политической информатике (теории и практике работы с политически значимой информацией, основная часть которой функционирует в естественноречевой форме).

3.3. Третий подход – это подход **от наличных интеллектуальных** (и эмпирических тоже, но в настоящий момент это менее существенно) **ресурсов**: как максимум – от имеющихся наработок, как минимум – от людей, со всеми их исследовательскими и личностными пристрастиями, которые обладают этими наработками или потенциалом их создания (как говорил известный политик, «других писателей у меня нет»). При многих вполне очевидных слабостях (логики фактически никакой, актуальность и лингвистичность – как получится), этот подход обладает неубиенной сильной стороной: он тривиальным образом реализуем (ибо уже реализовался: что выросло, то выросло, лепты внесены, и остается лишь систематизировать наличность).

4. В докладе предполагается рассмотреть соотношение трех перечисленных подходов в становлении политической лингвистики и основные следствия каждого из них для ее междисциплинарных связей и методологических принципов.

Литература

1. Паршин П.Б. Исследовательские практики, предмет и методы политической лингвистики // *Scripta linguisticae applicatae. Проблемы прикладной лингвистики – 2001* / Под ред. А.И. Новикова. – М., 2001, с. 181-208.

2. Мухарямов Н.М., Мухарямова Л.М. Политическая лингвистика как научная дисциплина // *Политическая наука. Вып. 3. Политический дискурс: история и современные исследования* / Ред. и сост. В.И. Герасимов, М.В. Ильин. – М., 2002, с. 44-60.

3. Паршин П.Б. Лингвистические методы в концептуальной реконструкции // *Системные исследования: Методологические проблемы. Ежегодник 1986*. – М., 1987, с. 398-425.

4. Паршин П.Б. Идиополитический дискурс // *Труды международного семинара «Диалог'96 по компьютерной лингвистике и ее приложениям*. – М., 1996, с. 192-198.

**Перескокова А.Ю.
Челябинск**

МЕТАФОРИЧЕСКОЕ САМОВЫРАЖЕНИЕ СМИ.

Изучение метафоры как эвристического средства в рамках политической лингвистики широко представлено в работах – анализах речи политиков и политологов отечественными и зарубежными уче-

ными – лингвистами (М. Джонсон, Дж. Лакофф, У. Шиблс, Р. Хофман, Ю. Д. Апресян, Н. Д. Арутюнова, А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов, А. П. Чудинов) и в описаниях политического дискурса журналистами. Рассматривая средства масс-медиа как “четвертую ветвь государственной власти”, можно предположить, что печатное и устное самоопределение и самописание журналистов будет не менее ценным и богатым на метафорические модели, чем любые другие политические тексты. Проведенный предварительный анализ материалов печатных, электронных СМИ, а также некоторых телекомпаний, показал, что метафорический язык, которым пишут и говорят о себе российские и американские журналисты в полной мере обладает красочностью, образностью и многообразием метафорических моделей: *телекиллеры*, *роль передового отряда борцов*, *проплачиваемые сюжеты*, т. е. *“джинса” – “сшитые” по лекалам самых разных заказчиков*, *“dirty laundry” (прачечная)*, *television soldiers (солдаты телевидения)*, *a complex molecule (сложная молекула)* и т. д.

Для систематизации всех собранных метафор взята за основу теория фреймов М. Минского, которая предполагает систему аналогий, основанных на ключевой метафоре. “Такие аналогии дают нам возможность видеть какой-либо предмет или идею как бы “в свете” другого предмета или идеи, что позволяет применить знание и опыт, приобретенные в одной области для решения проблем в другой области” [Минский, 1988]. Для практического отнесения метафор к определенным фреймам существуют различные классификации. В данном исследовании целесообразнее использовать классификацию предложенную А.П. Чудиновым [Чудинов, 2001]. В своей монографии он выделяет 4 субсферы с образующими их понятийными сферами: “Человек”, “Социум”, “Природа”, “Артефакты”:

- В отличие от прошлого сезона, когда старое НТВ претендовало на то, чтобы формировать хотя бы у части зрительской аудитории альтернативный образ власти, сегодня желающим таким образом “сыграть в ящик” практически не осталось. (В. Злотницкая “Профиль” №4, 03)

- Сложная структура телекомпаний *породила* не менее сложную проблему, связанную с тем, каким образом должен соблюдаться баланс интересов столь разношерстной публики. (В. Злотницкая, “Профиль” №4, 03)

- Чисто эфирное *убийство* (заголовок статьи про НТВ). (А. Мельман МК, 05.05.03)

- Журналист *обслуживает войну*. (А. Невзоров, НТВ “Свобода слова”, 05.04.03)

- Помимо НТВ “внешние управляющие” появились и на “шес-

той кнопке". В лице группы "новых олигархов", с одной стороны, и группы *политических тяжеловесов* с другой. (В. Золотницкая, "Профиль" №4, 03)

- Mass *madness*. (Информационное *сумашествие*) (Редакторы Zmag, Zmag.com, 18.04.03)

- Why is the network (Fox News) *showcasting "these salesmen of occultist snake oil?"* – the Wall Street Journal *thundered*. ("К чему это шоу торговцев оккультным змеиным маслом?" – громогласно вопрошает The Wall Street Journal) (C. Floyd, The St. Petersburg Times, 27.06.03)

- So there are the smart guys who are supposed to *run the show* and the rest of them are supposed to be out. ("Предполагается, что есть умненькие парнишки, которые *руководят шоу*, а остальные стоят в стороне") (N. Chomsky, Zmag.com, июнь 1997)

- The Fox's newly acquired *gem*, Greta Van Susteren is treated as a *product*, which in return must sell another *product*, the news. (Недавно приобретенный компанией Фокс *драгоценный камень* – Грета Ван Састерен – это *товар*, который в свою очередь должен *продавать другой товар* – новости.

Язык СМИ – динамичен. "Он наглядно отражает движение языковой материи, а также новые тенденции в развитии языковой ситуации, чутко реагирует на изменение социальных и генерационных пропорций в обществе, на прогресс научно-техническом оснащении информационно-коммуникативных контактов как во внутриэтническом, так и межэтническом пространстве" [Нещименко, 2001]. Учитывая все выше сказанное, можно заявлять, что ни одна политическая метафора не существует в отрыве от времени и пространства, в котором она зародилась. Концептуальная метафора – это зеркало человеческого мышления и его повседневного опыта, "это единственный способ воспринять мир и испытать воспринятое на опыте" ("the only ways to perceive and experience much of the world") [Лакофф, Джонсон, 1980]. Не имея представления о политической, социальной и культурной ситуации в стране, невозможно понять значение – послание, заложенное автором в метафоре, ту идею, которую он хотел донести до слушателя или читателя, и, следовательно, тот образ, который журналисты создают о самих себе.

Пименова М.В.
Кемерово

ПОЛИТИКА В ЗЕРКАЛЕ МЕТАФОРЫ
(кулинарные концептуальные метафоры в описании политики)

В данной работе объектом рассмотрения является концепт *политика*. Данный концепт реализуется в языке в виде регулярных концептуальных метафор. Под концептуальной метафорой понимается способ описывать одну область через призму другой. Область-источник, служащий для образования нового значения, называется донорской зоной; область переноса значения называется областью-мишенью (или реципиентной зоной).

Политическая метафора берёт свои истоки из разных областей-источников. Это могут быть метафоры войны (*политические баталии*), производства (*политический механизм, политические технологии*), метафоры стихий (вода / река – *политические течения*; воздух / дым – *политический угар*), метафоры беспамятства (*политический бред*) и т.д.

Концепт *политика* репрезентируется в русском языке кулинарными метафорами, с помощью которых актуализируются функциональные особенности этой деятельности. Донорская зона производства чрезвычайно разноаспектна. Она включает в себя разные варианты сценариев такого производства:

- Политика – производство продуктов (*продукты политической деятельности*);

- Политика – место для приготовления продуктов/ кухни (политическая кухня). Эта кухня идентифицируется с различными политическими институтами, деятельность которых переосмысливается посредством образов приготовления пищи (ср. следующие метафоры: *наспех стряпать законы; стряпать законы, как блины; готовить законы на скорую руку*).

Метонимический перенос позволяет образовать следующий признак концепта *политика*:

Политика – еда (*делать политику грязными руками; простая/ незатейливая политика; политика с душком/ запахом* – как о пропавших продуктах, *разжевать свою политику народу* в значении «разъяснить»).

Процесс метафоризации и метонимизации сложен и представляет собой когнитивную обработку знаний о реалиях, с которыми сталкивается человек в своей жизни. Этот процесс включает в себя мотив выбора области-источника для номинации новых реалий, а также прагматические установки, позволяющие использовать именно этот тип переноса.

Политическая деятельность в России в настоящее время привлекает всё большее внимание. Границы знания об этой области расширяются. В первую очередь, появление производственных метафор связано с заимствованием из американской политики соответ-

ствующих выборных технологий и соответствующих названий.

Исследование концептуальной политической метафоры, согласно А.П. Чудинову, - «это прежде всего исследование степени воздействия разнообразных языковых, культурологических, социальных, экономических, политических и иных факторов на национальную систему концептуальных метафор» [Чудинов 2003: 196-197]. Кулинарная метафора порождена сравнением политической деятельности с производством, где имеются определённые технологии (своеобразные know-how), позволяющие вырабатывать необходимую продукцию (ср. также английскую политическую производственную метафору image-maker).

Пономарева О.Б.

Тюмень

СЕМАНТИЧЕСКАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ АНГЛИЙСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ.

Современное направление лингвистики связано с когнитивным, концептуальным осмыслением быстро изменяющегося мира вокруг нас. Неиссякаемым источником возникающих в языке инноваций является «метод метафорической экспансии» [Молчанова 2002: 7] Антропоцентризм человеческого мышления проявляется в том, что метафора используется как механизм когнитивной обработки информации, связанной с новыми понятиями в сфере инноваций в науке, новых технологиях и в политической жизни. Универсальные понятия тождеств и различий, лежащие в структуре языка, распространяются и на процесс осмысления окружающей нас действительности. Прототипический характер тождеств связан с особенностью обыденного сознания и принимаемой им модели мира, в которой вещь первична по отношению к признакам и свойствам, существующим лишь как абстрактные предметы мысли. Одна и та же вещь может входить в несколько тождеств по разным основаниям, а иногда и вступать в конфликт друг с другом. [Никитин, 2002: 122] Процессы семантической деривации, характерные для политической лексики, в том числе и метафорическое переосмысление, также основаны на механизмах тождественности. Когнитивная теория метафоры сводится к тезису о том, что в процессе метафоризации взаимодействуют две структуры знаний: когнитивная структура «источника» и когнитивная структура «цели». В процессе метафоризации некоторые области цели структурируются по образцу источника, т.е. происходит «метафорическая проекция». Тезис о повторении структуры источника в структуре цели получил название «гипотезы инвариативности» [Lakoff, 1990: 54, Баранов, 2003: 75]. Вместе с тем, говоря о метафорической проекции, Дж. Лакофф вводит тезис о ее однонаправленности, что

противоречит тем многочисленным моделям – вариантам, реализованным в политической лексике. Так, если проследить развитие значений слова *bagman*, то в политической лексической подсистеме оно имеет значения: 1) посредник во взятке, человек, передающий взятку в политических кругах; 2) офицер, всюду сопровождающий президента. Он носит специальный чемоданчик с кодом, с помощью которого можно начать ядерную войну. [DNWM] В общем толковом словаре это слово означает «торговец, коммивояжер». Вместе с тем, источником метафоризации является полисемное слово “*bag*”, в котором имеется более 10 значений. Основное значение «сумка, мешок, чемодан» проектируется на конкретное лицо, которое отвечает за ядерный чемоданчик в общей прототипической словообразовательной модели $N+N=N$, метафорически его переосмысливая. Более сложное проектирование можно выявить в первом значении «посредник по взятке» или «человек, передающий взятку в политических кругах» от нескольких значений первого компонента: «богатство», «проститутка», «дипломатическая почта», в основе которых также содержится общий компонент первого значения «мешок». С точки зрения семантической деривации можно проследить последовательное развитие интенционала или основного ядра лексического значения слова “*bag*”, в котором реализуются дополнительные значения импликационала в определенном политическом контексте. Поэтому семантическая вариативность определяется контекстной сочетаемостью полисемного слова и его синтагматическими связями. Перенос или проектирование значения осуществляется в рамках прототипической модели «предмет» и «человек, имеющий отношение к этому предмету».

Другой типичной прототипической моделью развития значений в процессе метафоризации является модель «конкретный предмет» и «абстрактное понятие», в основе которой лежит проектирование функций конкретного предмета на действия политических деятелей, сходные с действиями, производимыми конкретным предметом. Примером такой модели может быть слово “*boomerang*” бумеранг, приобретающее несколько значений в политическом контексте: 1) обратный эффект; 2) политическое заявление или политика, имеющие неожиданный (чаще всего отрицательный) результат для их инициатора; 3) катастрофическая реакция, грубая ошибка. Например, *The louder Carter has shouted, the more his staff was worried about his assaults on Reagan boomeranging.*

Во всех семантических вариантах развития значений с проецированием источника на цели, реализуемые в этих значениях, присутствует общность функции или действия бумеранга, основанного на

отрицательном эффекте для того, кто его запускает в прямом или переносном смысле. Так в процессе семантической деривации происходит актуализация импликационала и переход сем, содержащихся в нем, в интенционал деривата. В этом процессе именно политический контекст определяет выбор той или иной семы импликационала слова – источника.

Изучение наиболее типичных прототипических моделей дает толчок к пониманию основных способов организации сознания в концептуальные структуры. Импликационные связи – это когнитивный аналог реальных связей сущностей объективного мира, их взаимодействий и зависимостей, отражение связей между видами, между частью и целым, между вещью и признаками.

Попова В.Б.
Челябинск

УМЕНИЕ СЛУШАТЬ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Развитие демократического общества России, новых экономических условий доказывает, что необходимо научиться убеждать равному равному. В настоящее время законы направлены на то, чтобы защищать права человека. Становится необходимым убеждать людей, требующих равного отношения к себе. Возникновение новой психологии дало дифференцированный подход к личности, при этом каждый человек – индивидуальная, неповторимая личность. Все это ведет к затруднению в общении.

Экономические причины способствуют развитию речевого воздействия, так как конкуренция повлияла на сферу интеллектуального общения. Размытость – источник ошибочной информации, что приводит к непониманию, неверному восприятию, отрицательным эмоциям. Реализуя языковые намерения, следует учитывать факторы, нарушающие процесс понимания. Следует научиться управлять общением, предвидеть воздействие речи на человека в конкретной ситуации, соединять субъективную информацию с информацией объективной действительности говорящего в момент общения.

Общение – это система сознательного речевого и неречевого поведения. Каждый человек взаимодействует с другими и воздействует на них. На современном этапе развития общества можно выделить два основных вида речевого воздействия: убеждение и внушение. Известно, что люди слушают только то, что им интересно, следовательно, надо проявить искреннюю заинтересованность.

Грубость, непрофессионализм в коммуникации, обезличенность, безнаказанность за произнесенные слова, поучающий тон, неприязненное отношение говорят об отсутствии личной культуры, создают отрицательный эмоциональный фон и не способствуют установле-

нию и поддержанию хороших, дружеских отношений. Демонстрируя свое превосходство над другими людьми, человек сам создает отрицательный эмоциональный фон.

Но все это невозможно осуществить без усвоения основных правил эффективного слушания. Без умения слушать невозможно адаптироваться личности в новых экономических условиях, развить навыки публичной речи, научиться управлять общением, сформировать индивидуальный поведенческий комплекс.

Научившись слушать, человек становится культурно компетентным, хорошо ориентируется в коммуникативных стратегиях и тактиках, приобретает умения и навыки как экстралингвистического, так и собственно лингвистического характера, обеспечивающие оптимальное общение на русском языке, реализовав потенциальное владение в определенных коммуникативных условиях.

Проанализировав разнообразные факты речевых ошибок, приходим к выводу, что происходит нарушение коммуникативной компетенции, а отсюда идут коммуникативные неудачи. Следовательно, важно научиться держать своё поведение под постоянным контролем, то есть в процессе своей деятельности, контролировать самого себя. Поэтому, чтобы адаптироваться в новых экономических условиях, необходимо уяснить: каким человек хочет быть, что и как он делает для достижения этой важной цели. При этом необходимо научиться анализировать свое поведение и свою деятельность с определенных позиций, то есть, анализировать свою деятельность для того, чтобы знать, какое он впечатление произвел на людей, и соответствует ли это интересам выполняемого дела. Такой подход способствует повышению общей культуры поведения, что немаловажно для того, чтобы хорошо ориентироваться в новых экономических условиях, развить в себе такие качества как выдержка, настойчивость, умение сосредоточиться.

В условиях нынешней рыночной экономики человеку следует:

1) опираться на свои победы и удачи, а не концентрировать свое внимание на неудачах, полезно накапливать в памяти свои победы над трудностями и препятствиями на работе, тогда растет уверенность в себе, повышается самооценка, самосознание, уважение к себе как к личности;

2) мысленно проделать то, что придется делать в действительности, тогда элемент неожиданности сводится к нулю, так как возникает ощущение, что делается все не в первый раз, а отсюда появляется уверенность в словах, жестах, поведении; развивается воля, внимание, память, мышление.

Используя все эти приемы, мы овладеваем новыми рациональ-

ными методами работы и всегда сможем адаптироваться в новых экономических условиях.

Одним из важнейших условий успешного общения является общая заинтересованность в передаче и получении информации. Заинтересованность в передаче информации побуждает выбрать, расположить и передать языковые средства так, чтобы информация была понята, услышана. Казалось бы, слушать умеют все. Но часто лишь немногие люди, даже среди тех, для кого слушать – профессия, умеют выслушать собеседника. Уметь слушать и слышать – важнейшие критерии коммуникабельности человека.

Считается, что в общении инициатива принадлежит говорящему, что «говорение» – путь к власти, а слушание – слабость, безволие, неспособность взять инициативу в свои руки. На самом деле хозяевами положения являются люди, умеющие слушать. Именно они способны в услышанном находить ценную информацию.

Прокофьева Т.А.
Санкт-Петербург

МЕТАФОРА КРИЗИСА В СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

Метафора – один из способов когнитивного освоения действительности, творческое ее переосмысление. Метафора помогает человеку овладеть реальностью, в свернутом, кратком виде обозначить все важные для него параметры ситуации, формирует «модель восприятия действительности», «наводит на определенный тип решения и поведения» [Баранов, Караулов, 1991: 13]. Привычные метафоры, чья образность перестала осознаваться, закрепляясь на глубинных уровнях сознания, в значительной степени формируют наше представление о реальности, становятся элементами картины мира. Человек мыслит ими, использует как привычный способ ориентации в мире, не видя их относительности и неоднозначности.

Использование метафоры в публицистической речи имеет давнюю традицию. Кратко и емко обрисовывая ситуацию, удачная метафора заставляет слушающего мыслить в определенном русле, формирует определенную модель восприятия действительности.

Наша работа посвящена анализу способов метафорического представления кризиса в прессе августа – сентября 1998 (период дефолта, острого экономического кризиса) и августа 2000 года (взрыв на Пушкинской площади в Москве, гибель атомохода «Курск», пожар на Останкинской телебашне). Тогда активность публичной политической речи резко возросла. Происходящее в стране обсуждали и комментировали, предлагали свои пути изменения ситуации издания разных политических ориентаций. Эмоциональность дискуссии

обусловила использование многообразных средств экспрессивности, в том числе и метафоры. Собранный материал позволяет сделать выводы об осмыслении ситуации «кризис» носителями языка (а также сравнить два периода ее речевого представления), о наличии определенных стереотипов в ее освещении разными СМИ.

В собранных материалах нами выделены следующие основные модели (базисные, опорные метафоры): **падение** (*рынок обвалился, обвалы фирм – пирамид, банки рухнут, провал котировок*), **пропасть** (*пропасть банкротства, финансового кризиса*), **болезнь** (*паралич/ коллапс банковской системы, скорость выздоровления экономики*) и **смерть** (*начнет оживать производство/ экономика, финансовая система еще жива, рынок почти мертв*), **погода** (*бури на биржах, финансовых ураган, штить на рынке*), **море** (*волна финансового кризиса, банк на мели, штормовые волны кризиса*), **разoreние** (*правительство обанкротилось, рынок пошел по миру, политическое банкротство, обанкротившийся премьер*), **война** (*детонатор финансового кризиса, Москва сдалась, поднят белый флаг девальвации, поражение на финансовом фронте*).

Формируемое совокупностью метафорических средств образное представление кризиса в анализируемые периоды таково: это некое враждебное существо, обладающее огромной силой с различным диапазоном ее проявления, имеющее свои глубоко закономерные причины, периодически возвращающееся. Влияние его на жизнь человека огромно и почти не поддается контролю. Основная его деятельность – разрушение. Большое количество повторяющихся (или варьирующихся незначительно) метафор позволяет считать такой «портрет» объективным.

Интересно, что частотность воспроизводства разных моделей неодинакова в 1998 и в 2000 годах. Если в 1998 г. преобладали метафоры обвала и болезни, то в 2000 на первое место выходит модель «смерть». Кроме того, резко уменьшилось число метафор (в целом в 4 раза), чаще они используются как готовые единицы, не подвергаясь переработке. Вероятно, объяснить это можно различием осмысляемых ситуаций.

В 1998 году экономический кризис и последовавшие дефолт и резкое понижение курса рубля («обвал») затронули самый широкий круг субъектов экономики. После долгого периода относительной стабильности такая ситуация показалась особенно шоковой. Неуверенности добавляло и отсутствие понятной большинству политики правительства, не дававшего каких-либо внятных объяснений. Тональность статей резко повысилась, появилась необходимость привлекать внимание читателя в массе конкурирующих изданий (нача-

лась погоня за броскими заголовками и хлесткими фразами).

В 2000 году ситуация была совсем другой. Происходящее затрагивало эмоциональную сферу всех россиян, однако непосредственно не влияло на их жизненно важные интересы. Уверенности добавляло и присутствие на президентском посту молодого, энергичного и популярного Путина. Общество не чувствовало себя брошенным на произвол судьбы.

Политические пристрастия журналистов также нашли свое отражение в используемых ими метафорах. Оппозиционная «Советская Россия» часто использует эмоционально насыщенные выражения и дает оценку экономике и политике в целом (*паралич власти, крах режима, банкротство власти*), в то же время правительственная «Российская газета» смягчает ответственность власти за происходящее, формируя образ кризиса-стихии (*правительству придется обваливать рубль, штормовые волны финансового кризиса/урагана*) и пишет об отдельных событиях, избегая говорить об общем кризисе экономики или власти.

Таким образом, анализ конкретной ситуации, представленной в газетном дискурсе, позволяет четко соотнести выбор метафорических средств с совокупностью экстралингвистических факторов и выделить достаточно устойчивый арсенал средств, эксплуатируемых журналистами.

Рябцева Э.Г.
Краснодар

СМЫСЛОВАЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ КАК СРЕДСТВО ВАРИАТИВНОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Важнейшей функцией политической коммуникации является контроль над созданием аудитории, регуляция социального поведения адресата. Эффективность коммуникации в сфере публичной политики в значительной степени определяется использованием средств речевого воздействия, вербальных механизмов вариативной интерпретации действительности.

Один из способов вариативной интерпретации действительности – смысловая неопределенность, связанная с фантомностью денота и фидеистичностью и являющаяся смыслообразующим признаком политического дискурса (Е.И. Шейгал). Неполнота, неточность, семантическая расплывчатость сообщения рассматриваются как нарушение прагматических принципов качества и количества, максимы образа действия – четкости и ясности изложения, однако в политической коммуникации нередко возникают ситуации, в которых достижение запланированного субъектом речи прагматического эффекта

возможно в силу намеренно создаваемой смысловой неопределенности и, как следствие, неполного понимания сообщения адресатом. В этом случае преднамеренный расчет на определенное воздействие высказывания делается именно на завуалированность сообщения.

Вопрос о типах вариативной интерпретации действительности, обычно трактуемых как «не ложь, а введение в заблуждение», «полуправда», «умолчание», связан с категориями лжи и истины. Разграничивают «пропозициональные» и «непропозициональные» способы искажения истины. Последние основаны на вариативной интерпретации действительности средствами языка (А.Н. Баранов). Предложенная Ю.И. Левиным типология способов искажения истины включает четыре типа преобразований: аннулирующие, фингирующие, индефинитизирующие и модальные. Индефинитизирующие преобразования заключаются в замене некоторых предметов или событий из образа ситуации более обобщенными, в результате чего существенно увеличивается неопределенность в интерпретации ситуации.

Яркий пример использования индефинитизирующего преобразования – замена выражения, прямо указывающего на возможность вооруженного вмешательства, более обтекаемой формулировкой при подписании договора между США и Россией о взаимодействии в операции «Буря в пустыне». По мнению Э. Шеварднадзе, слово «война» вызывало слишком сильные ассоциации у наших людей с печальным опытом Афганистана, поэтому из пяти-шести предложенных вариантов была выбрана фраза «все необходимые средства», лишь очень отдаленно напоминавшая о предполагавшемся применении оружия.

Неправомерная генерализация, обобщение выступают как способ изменения категоризации объектов. Преднамеренное перемещение объектов, относящихся к одному классу предметов или явлений, в другой класс ведет к смысловой расплывчатости, создает возможность совершенно иной интерпретации описываемой ситуации, иного подхода к ее оценке.

Подобного рода индефинитизирующие преобразования фактически выступают как эвфемизмы – «языковые маски», способные не только свести к минимуму отрицательные эмоции, связанные с представляемыми явлениями, но и исказить реальные факты, скрыть их неблагоприятные стороны и подать их в более привлекательном виде. В сфере публичной политики, для которой характерны жесткий социальный контроль речевой ситуации, эвфемизмы могут предпочитаться «прямым» обозначениям. В политическом дискурсе широко используются эвфемизмы, отвлекающие внимание от негативных со-

циальных и экономических явлений: дискриминации – расовой, этнической, имущественной, возрастной; от преступности, наркомании, экономического спада и его последствий, агрессивной политики и др.

Наряду с неправомерным обобщением (выражения с квантором всеобщности) в политическом дискурсе используются такие средства увеличения смысловой неопределенности как косвенные речевые акты, не прямые предикации, чрезмерная образность, замена слов с конкретным значением абстрактными и собирательными словами, единицами наукообразного, терминологического характера, способствующими обезличиванию, сокрытию действительного положения дел, использование знаков-конденсатов, которые в силу присущей им денотативной размытости притупляют способность к критическому осмыслению действительности. Манипулирование языком, создающее смысловую неопределенность, затрудняют для адресата сообщения понимание того, где и в чем истина и позволяет отправителю сообщения «изменять» картину мира в желаемом направлении.

Сандакова М.В.

Москва

ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТОНИМИЯ ЦВЕТОВЫХ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ

Политическая метонимия цветowych прилагательных, занимающая особое место среди метонимических переносов, формируется на основе цветowych символов. Для метонимии, в отличие от метафоры, символика имеет вполне «материальный» характер: цвет знамени (одежды, каких-либо объектов) становится символом определённой партии (движения). Цветовое прилагательное, исходно определяющее названия этих атрибутов, перемещается на имена лиц / совокупностей лиц, представляющих данные партии. Происходит метонимический перенос прилагательного по модели ‘цвет’ → ‘такой, который имеет знамя / атрибуты данного цвета’ (о политическом движении или партии / представителях данного движения или партии): **красное** знамя → **красный** командир / армия, **коричневая** рубашка → **коричневый** диктатор. Во вторичных словосочетаниях прилагательное приобретает метонимическое значение, представляющее собой политический символ. Такое значение может субстантивироваться, ср. *противостояние **красных** и **белых**; активизация **коричневых***.

При дальнейшем расширении сочетаемости цветowych прилагательные перемещаются на имена разнообразных объектов и явлений, так или иначе связанных с данной партией. Характер смысловых связей между определяемым и определением часто довольно сложен и индивидуален в каждом конкретном словосочетании. В обобщённом виде значение прилагательного может быть выражено фор-

мулировкой ‘такой, который относится к данному политическому движению или партии / представителям данного движения или партии’ (об объектах и явлениях): **белые идеи / террор / дело; красная пропаганда / патриотизм / проект / террор; коричневые идеи / заговор / пропаганда / чума.** А также в более широком контексте: *Беденькая! Небось, после каждой новой вести о **белых успехах** бродит по дому, рвёт письма...* (Н. Тэффи. Воспоминания). В таких употреблениях качественные цветовые прилагательные становятся синонимичными относительным, ср.: **красная пропаганда – коммунистическая пропаганда; красный патриотизм – коммунистический патриотизм; коричневая идеология – фашистская идеология** и др.

Истории развития политического значения у цветových прилагательных **белый, коричневый, красный** посвящён целый ряд работ, см. в частности [Брагина 1972; Сорокин 1965] и др. Остановимся на изменениях, которые претерпели эти слова в политическом дискурсе последних десятилетий.

1. Изменение политического содержания прилагательных. **Красный** в современном употреблении может означать ‘такой, который связан с коммунизмом / коммунистами, коммунистический’, а также ‘левый’ (например, о Народно-патриотическом союзе, национал-большевистской партии и др.). Ср.: *Впрочем, отныне предметом его интересов вдруг начал становиться Народно-патриотический союз, – «красные».* (Изв. 9.10.02).

2. Появление новых словосочетаний с прилагательным **красный**, описывающих современные реалии: **красный губернатор / директор; красный пояс / регион / область** (ср. сочетания 20-30 годов **красный командир / спортсмен / дипломат / профессура**). Например: *Противостояние **красной администрации** и арбитражного суда продолжалась в течение года.* (Лит. газ. 5.07.00). *Злополучный **красный пояс** и верность коммунистическим идеалам – миф...* (Нов. газ. 27.03.00).

3. Изменение в трактовке соотношений политических символов **красный** и **коричневый**. Если при советской власти **красный** и **коричневый** употреблялись как антонимы [Рахманова 1987], то в современной прессе демократического направления они не противопоставляются, а наоборот, нередко сближаются. Ср., например: *...Так называемые интеллектуальные бестселлеры ...переливается всеми цветами фашистской радуги – от **красного** до **коричневого**...* (Лит. газ. 30.01.02). Семантический неологизм – политическое значение прилагательного **красно-коричневый**: *Так вот версия заключается в том, что «живущий Россией» пришёл к*

мнению, что её надо спасать от «**красно-коричневой чумы**». (Изв. 9.10.02). Ср. также субстантивные номинации *коммуно-фашизм*, *коммуно-фашист*.

4. Изменение оценочности прилагательных **красный** и **белый**. В советский период словосочетания имён различных реалий с прилагательным **красный** в политическом значении служили пропагандистским целям. Идеологическая установка на их обязательную положительную оценочность делала невозможным употребление этого прилагательного с именами, называющими какие-либо негативные явления. Широкое распространение получили собственные наименования предприятий, учреждений, периодических изданий и др., имеющие в своём составе определение **красный**, например, «**Красный Октябрь**», «**Красное Сормово**», «**Красная новь**» (ср. пародийное наименование «**Красные зеленыя**» у М. Булгакова). В языке постсоветского периода картина совершенно иная. Смена политических ориентиров на прямо противоположные перевернула и оценочное соотношение политических смыслов **красного** и **белого**. Сейчас нередки словосочетания прилагательного **красный**, несущие отрицательно-оценочные коннотации, от иронических до пейоративных: *На ставропольской стороне район Кочубеевский – не от того Кочубея, что описан у Пушкина, – от красного рубаки времён Гражданской.* (Лит. газ. 14.06.00). *Руки прочь, красный узурпатор!* (В. Аксёнов. Кесарево свечение). *Красное самодержавие было нетерпимей царского...* (Общая газ. 15.03.01). «**Красная чума**» для мира нисколько не лучше «**коричневой**». (Лит. газ. 26.04.00).

Итак, начавшееся с середины 80 годов 20 века изменение ситуации в стране, смена расстановки политических сил, появление на политической арене новых партий оказало сильное воздействие на метонимическое употребление цветowych прилагательных в современном политическом дискурсе.

Сергеева Н.М.

Кемерово

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА РАЗУМ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ТЕКСТАХ НАЧАЛА XIX в.

(на материале проектов и записок М.М. Сперанского)

В последние десятилетия в лингвистике разрабатывается когнитивное и культурологическое направление. Данные явления в лингвистике оправданы тем, что, проблемы связи языка и культуры, языка и мышления являются многоаспектными и исследуются в рамках разных наук, прежде всего в психологии, философии. По словам В.А. Масловой, язык «теснейшим образом связан с культурой: он прорастает в неё, развивается в ней и выражает её» [Маслова В.А. Лингво-

культурология. М., 2001: 122]. Когнитивное и культурологическое направление современных лингвистических дисциплин исследует самосознание человека по отношению к природе, обществу, истории, искусству и другим сферам его социального и культурного бытия, а языковое сознание отображается в языке в виде ментальных моделей языковых единиц.

Процесс концептуальной метафоризации предполагает обращение к абстрактным понятиям, которые отражаются через предметные сущности: *пир разума, искра разума, игра разума, сила разума*. В основе концептуальной метафоры предполагаются определенные схемы или модели, которые репрезентируют новое понятие или по Ч. Филлмору когнитивные модели представляют собой такие группы слов, которые, кроме того, что они удерживаются вместе, они мотивируются, определяются и структурируются особыми унифицированными конструкциями знания или связаны схематизациями опыта [Цит. по: Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 28. М., 1988: 173]. Поэтому «концептуальная метафора», по определению Е.О. Опариной, «помимо номинативной, образной (изобразительно-выразительной) и экспрессивно-оценочной, метафоры выполняют в языке концептуальную функцию» [Метафора в языке и тексте. М., 1988: 66]. Так, например, перформативный во втором значении глагол *действовать* образует метафору «разум – предмет воздействия/ очаровывания»: ср. *Не разумом, но силою воображения действует и владычествует ими правительство на страсти народные*. Предикаты, характеризующие вещества, которые сохраняют форму и размер, представляют метафору «разум – твердый предмет»: ср. *...но вторая одна может быть свойственна народу, который имеет более доброго смысла, нежели пытливости, более простого и твердого разума, нежели воображения....* Употребление сочетаний с субстантивной лексикой, содержащей не контекстуальные семы выражает наиболее яркую метафору «разум – огонь»: ср. *Сочинение вообще требует известного огня в разуме, умеряемого опытом и размышлением*.

Для политического дискурса современного общества характерно употребление агрессивной и экспрессивной метафоры. А.П. Чудинов отмечает частотность метафорических моделей, характеризующие понятия «криминал», «война», «болезнь»: «К сожалению, значительное место пришлось отвести описанию метафорических моделей с исходными понятийными сферами «криминал», «война» и «болезнь», в которых наиболее ярко появляются характерные для современного политического вектора опасности, агрессивности и возможности...» [Чудинов, 2001: 7].

Политический дискурс начала XIX в. характеризуется насыщенностью антропологических метафор: абстрактные понятия приобретают форму живого организма, способный двигаться, скрываться, мыслить, сочинять, решать, вырастать, быть здоровым, например: ср. ...*напротив, я думаю, что он должен иметь прежде некоторое бытие, некоторый участок свободы, которая одна дает жизнь и движение разуму и воле; Там создание добродетели утверждается общим уважением, а порок терзается бесчестьем; Закон вредный сокрывается сам собою, встречая во мнении народном силу, его испровергающую; Не ум обыкновенный, но разум творческий – гений – должен решить сей спор и положить лучшие основания сей науке; Когда разум начинает распознавать цену свободы, он отметаёт с небрежением все детские, так сказать, игрушки, коими забавлялся он в своем младенчестве; Предполагается, что власть державная, предполагающая и отвергающая закон, никогда не может действовать сама собою против его разума; ...Для сего то все установления государственные при подробном их рассмотрении не представляют сего творческого единства, которое в прочих произведениях разума мы замечаем.*

Напротив, люди представлены неодушевленными предметами, например: ср. [О царе Петре I] *Таким образом, громада сия, усилием одного духа, без содействия времени составленная, от собственной своей тяжести пала, оставив по себе одну долголетнюю и горестную укоризну всем подобным сему предприятиям.*

Концепт разум, репрезентируя абстрактную сущность, в политических заметках М.М. Сперанского наиболее часто выражает антропологические признаки: витальные (признаки живого существа: обладание способностью двигаться, здоровьем, возрастом); социальные (признаки интерперсональные: способность разрешать конфликтные ситуации); ментальные (признаки сочинительства, творчества). Данные признаки репрезентируют концепт разум как деятельное, живое, активное начало, на которое, по мнению М.М. Сперанского, следует опираться в управлении государством и при воздействии на народные массы. Это подтверждает высокая частотность употребления: в шести документах свыше пятидесяти примеров.

Смолененкова В.В.
Москва

МЕТОДЫ АМЕРИКАНСКОЙ РИТОРИЧЕСКОЙ КРИТИКИ

1.1. Понятие «риторическая критика»: возникновение, структура, составляющие. Роль контекста, ратора и аудитории в анализе публичной аргументации. Актуальность целей и задач риторической критики для современного российского политического дискурса. Понятие

метода риторической критики.

2.1. Зарождение американской риторической критики. Неоклассический (неоаристотелианский) метод. Г.Вичелнз.

2.2. Методологическая (теоретическая) риторическая критика: жанровая критика, метафорная критика, нарративная критика, фантазийно-тематический метод и некоторые другие методы американской лингвистики середины 20 века.

2.3. Пятичленный (драматический) метод Кеннета Бёрка.

2.4. Толковательная критика. Конец 20 века. Метод «тщательного прочтения» (Close reading). Майкл Лефф.

3. Риторическая критика в России. Соотношение американской и русской лингвистической традиции. Перспективы развития русской риторической критики.

Смулаковская Р.Л.

Череповец

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ И ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ГАЗЕТНОМ ТЕКСТЕ

Ориентация газетного текста, с одной стороны, на стандарт, а с другой – на деавтоматизацию восприятия обуславливает пристрастие журналистов к использованию прецедентных феноменов (ПФ), хорошо известных представителям того или иного социума и входящих в коллективное когнитивное пространство коммуникантов [Гудков, Красных и др., 1997]. При этом нас будут интересовать два вида ПФ – прецедентный текст (ПТ) и прецедентное высказывание (ПВ). Текст по отношению к вербализованным ПФ выступает и как среда, "порождающая их, и как среда, в которой они функционируют. Способность ПФ хранить в свернутом виде достаточно большой объем информации, их одновременная принадлежность как внутритекстовому, так и затекстовому пространству позволяют экономно передавать усложненный смысл.

Надличностный характер ПФ должен обеспечивать успешность общения, однако разнообразные экстралингвистические факторы могут существенно изменять номенклатуру ПФ, степень их прецедентности и приводить к "внешнему непониманию" текста – "непониманию смысловой ориентированности текста в целом на другие тексты или внетекстовый мир" [Левин, 1998: 584]. Для газетного текста, ориентированного на массового читателя, проблема "узнавания" становится особенно актуальной, когда ПФ становятся объектом языковой игры (ЯИ). Использование приема трансформации прецедентного высказывания рождает интенциональное многоголосье (И.Залецки), в основе которого лежит несоответствие между первичной интенциональностью текста-донора и намеренно привнесенной

интенциональностью текста-реципиента. Автор как бы провоцирует появление парадоксального смысла.

Кумулятивные свойства ПФ обуславливают их использование в качестве заглавий. Обратимся к некоторым примерам из газеты "Известия". В течение недели в газете появились заглавия, отсылающие к одному и тому же ПТ – пьесе Б.Брехта "Кавказский меловой круг": 1) "Датский меловой круг" (21.05.03.) и 2) "Казачий меловой круг" (27.05.03.). Заметим, что сама пьеса-притча Б.Брехта, интертекстуальная в своей основе, восходящая к древнекитайской драме, весьма сложна для интерпретации, да и не относится к широко известным произведениям. Впрочем, содержание этих публикаций на уровне смысла никак не соотносены с прототекстом, особенно это относится ко второй из них. Первая заметка посвящена фильму датского режиссера Ларса фон Триера "Догвилль" с Николь Кидман в главной роли. Отсюда понятна модификация ПФ, появление определения "датский". Есть и еще один аспект: Ларс фон Триер причисляется к режиссерам для избранных, т.е. культовым, более того автор публикации (Ю.Гладильщиков) подчеркивает притчевый многослойный характер самого фильма, что позволяет имплицитно соотнести его с пьесой Б.Брехта, которая в рецензии не упоминается. Кроме того, в тексте реализуется прямое значение прилагательного "меловой": "Городок Догвилль замкнут в павильоне-ангаре и почти полностью нарисован мелом <...> Вместо домов – их меловые очертания на земле <...> Вместо собачьей будки – ее контур с меловым рисунком лежащей собаки..." Очевидно, что игра рассчитана на определенного читателя – киномана, которому, впрочем, необязательно знать содержание пьесы Брехта для того, чтобы понять общий смысл рецензии. По-другому реализуется ЯИ во втором случае, она более формальна и выстраивается на основе контаминации словосочетания "казачий круг" и "Кавказский меловой круг".

Модификация в заглавии "Старые песни придумала жизнь" (30.05.03), в основе которой антонимическая замена ("Но новые песни придумала жизнь"), приводит к его алогичности, а во взаимодействии с текстом статьи на очень серьезную тему (позиция России по отношению к Ирану и США, повторяющая иракскую коллизия накануне войны) актуализирует горькую иронию автора.

Особенно интересны те случаи ЯИ, когда компоненты ПТ оказываются "узлами сцепления семантико- композиционной структуры нового текста" (Фатеева, 2000:129). В заметке обозревателя "Известий" Ю.Богомолова "Лицензия на убийство и квоты на смерть" (5.04.03) стихотворение М.Светлова "Гренада" является тем прототекстом, для которого новый текст становится не просто средой оби-

тания – оно организует эту среду. Элементы ПТ, использованные без кавычек, отчужденные от автора стихотворения, начинают вести автономную жизнь, сохраняя при этом "память слова"и "память ритма": "Тут показали в одном из выпусков парня, который рассказал, откуда у него, хлопца из техасщины иракская грусть. Он ферму покинул, пошел воевать, чтоб землю в Ираке (с нефтью) бедуинам отдать. <...> Сейчас он мчится на танке, мечтая постичь поскорей грамматику боя, язык батарей. Тем временем восход поднимался и падал опять...Я видел над трупом клонилась луна. И мертвые губы шепнули: "Те-ха...". Ну и т.д." В этом небольшом тексте присутствуют и другие ПФ, взаимодействие которых усиливает преднамеренно прагматический характер языковой игры. Анализ этой публикации будет подробно представлен в докладе.

Стрельников А.М.

Нижний Тагил

ДЖ. ЛАКОФФ О МЕТАФОРИЧЕСКОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ ВОЙНЫ В АМЕРИКАНСКОМ НАЦИОНАЛЬНОМ СОЗНАНИИ

Дж. Лакофф, профессор лингвистики Калифорнийского университета в Беркли (University of California at Berkeley), один из основателей теории когнитивной метафоры, неоднократно обращался к теме войны в своих научных работах. В связи с последними действиями американского правительства по свержению режима Хуссейна в Ираке представляется целесообразным выявить основные метафорические модели описания войны, характерные для национального сознания американцев. Материалом послужит ранее не переводившаяся на русский язык статья Дж. Лакоффа "Метафора и Война: Система метафор для оправдания войны в Заливе" (Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf). Впервые статья была представлена аудитории Калифорнийского университета в Беркли в январе 1991 года во время войны в Персидском заливе.

"Метафорическое мышление, по своей сути, - ни хорошо, ни плохо; это - просто банальность и неизбежность. Абстракции и чрезвычайно сложные ситуации становятся понятны через метафору. На самом деле, существует расширенная, и по большей части бессознательная, метафорическая система, которую мы используем автоматически и неосознанно для того, чтобы понять что-то сложное и абстрактное" – пишет Дж. Лакофф. Часть этой метафорической системы посвящена пониманию международных отношений и войны.

Основные метафорические модели понимания войны в сознании американцев, по мнению автора статьи, описываются в терминах экономики и политики. Решение развязать войну рассматривается как форма доходно-расходного экономического анализа, где война

оправдана, когда потери при вступлении в войну меньше, чем потери невступления. В метафоре **Война – это политика другими средствами** в имплицированном виде присутствует другая метафора **Политика – это бизнес**, которая интегрирует два основных способа метафорического понимания войны.

В метафорических системах, о которых говорилось чуть ранее, присутствуют следующие метафоры:

1. **Государство – это индивид** – государство концептуализируется как индивид, вовлеченный в общественные отношения в мировом сообществе. Его территория является его домом. Общее благосостояние государства понимается в экономических терминах как его экономическое здоровье. Сила государства в его военной мощи. Зрелость государства – в его промышленной развитости. Война в этой метафоре – это битва между двумя людьми, наподобие рукопашного боя. Так, США искали способ "выбить Ирак из Кувейта" или "нанести врагу сильный удар" или "послать ударом в нокаут".

2. **Сказка о справедливой войне** – наиболее распространенная форма военного дискурса на Западе. В сказке люди заменяются странами, и получается общий сценарий справедливой войны. В сценарии обязательно присутствие положительного и отрицательно-героев. Именно данную метафорическую систему избрал президент Буш для комментирования первой войны США с Ираком.

3. **Правитель – это государство** – данное представление позволяет получить одного человека вместо аморфного государства для исполнения роли злодея в сценарии справедливой войны.

4. **Война – это преступление против личности** – здесь война понимается лишь в нравственном аспекте, а не в политическом или экономическом. Данная метафора выделяет те аспекты войны, которые предстают как серьезные преступления.

5. **Война – это соревновательная игра** – это метафора, в которой присутствуют очевидные победитель, проигравший и четкое окончание игры, где придается большое значение стратегическому мышлению, командной работе, подготовленности, зрителям на мировой арене, славе победы и стыду поражения.

6. **Война – это лекарство** – распространенная метафора, в которой вражеская военная экспансия предстает как распространяющаяся раковая опухоль. В этой метафоре военные "операции" рассматриваются как гигиенические для "очистки" вражеских укреплений. Налеты бомбардировщиков изображаются "точечными ударами" для "удаления" всего, способного служить военным целям. Метафора основывается на образе блестящих металлических инструментов войны, особенно реактивных самолетов.

Итак, мы рассмотрели основные метафорические модели описания войны, представленные в американском национальном сознании. Их анализ позволяет прийти к выводам о метафорических причинах развязывания американским правительством военных конфликтов на территории Ирака. Это желание американцев справедливо отстаивать право на собственное здоровье и благосостояние, от чего, в конечном итоге, зависит здоровье и благосостояние государства. Война носит оттенок мифологичности и соревновательности. Кроме того, для сохранения здоровья иногда необходимо прибегнуть к медицинскому вмешательству.

Соловьева И.В.

Тюмень

РЕЧЬ РИХАРДА ФОН ВАЙЦЕКЕРА В НЕМЕЦКОМ БУНДЕСТАГЕ 8 МАЯ 1985 Г. К 40 ГОДОВЩИНЕ ОКОНЧАНИЯ ВОЙНЫ

Рихард фон Вайцекер, занимавший в 1984 –1994гг. пост бундспрезидента, известен как один из самых известных бундесканцлеров и успешных политических ораторов современной Германии. Во многом популярности этого политика в Германии и за ее пределами способствовали его публичные выступления, в которых он излагал свою точку зрения на волнующие общественность проблемы. Авторитетный политик, не обладавший большой властью, но наделенный даром оратора, использовал свои общественные выступления и речи как эффективный инструмент воздействия на общественное мнение в Германии. Рихард фон Вайцекер не избегал в своих речах неприятных тем, высказывал свою точку зрения по всем актуальным вопросам, во многом способствовал интеграции немецкого общества и повышению авторитета Германии в мире.

Обращение главы немецкого парламента к Бундестагу по поводу сорокалетия окончания второй мировой войны нашло широкий отклик у мировой общественности, было переведено более чем на 20 языков и стало ответом на вопрос, что такое вторая мировая для современной Германии. Перед оратором стояла цель показать какие последствия имела эта война для истории Германии и ее будущего, какие уроки должна извлечь нация из событий сорокалетней давности.

Особый акцент Р. фон Вайцекер ставит на том, какие чувства испытывают в этот день молодые поколения, не знавшие войны, но разделяющие вину за ее ужасы только потому, что они немцы. Тема вины и невиновности занимает важное место в выступлении: Нельзя возложить вину на всю нацию, вина и невиновность не могут быть коллективными – это вина или невиновность каждого отдельного человека. Но вне зависимости от того, виновен человек или нет, он

должен принять это прошлое, честно, ничего не замалчивая и не приукрашивая, потому что только таким образом можно извлечь уроки из истории и избежать новых ошибок. Честность в оценке роли Германии во Второй мировой войне – лейтмотив обращения бундеспрезидента. Вина немецкого общества неоспорима, но нельзя ожидать, что молодые немцы будут жить под тяжестью этой вины, и нельзя допустить, чтобы они забыли как холодное равнодушие перерастало в скрытое нетерпимость и в явную ненависть ко всему чужому. Поэтому речь завершается призывом бундеспрезидента к молодому поколению Германии:

Lassen Sie sich nicht hineintreiben in Feindschaft und Hass gegen andere Menschen, gegen Russen oder Amerikaner, gegen Juden oder Türken, gegen Alternative oder Konservative, gegen Schwarz oder Weiß. Lernen Sie, miteinander zu leben, nicht gegeneinander. Lassen Sie auch uns als demokratisch gewählte Politiker dies immer wieder beherzigen und ein Beispiel geben.

Бундеспрезидент, избираемый парламентом, выполняет скорее репрезентативную функцию, его полномочия ограничены, но, вступая в должность, он клянется действовать на благо немецкого народа, представлять его интересы. Поэтому в его речах традиционно находят отражение актуальные общественные проблемы. Так, в данном выступлении, вспоминая о преследованиях цыган, евреев, сексуальных меньшинств, умственно неполноценных, инакомыслящих, Р. фон Вайцзекер проводит параллели с проблемами современной Германии: проблемой свободы слова, терпимости к политическим беженцам, с отношениями к ближневосточным проблемам и взаимоотношениями со странами восточной Европы, отношением к душевнобольным и т.д.:

Wenn wir uns daran erinnern, dass Geisteskranke im Dritten Reich getötet wurden, werden wir die Zuwendung zu psychisch kranken Bürgern als unsere eigene Aufgabe verstehen.

Wenn wir uns erinnern, wie rassistisch, religiös und politisch Verfolgte, die vom sicheren Tod bedroht waren, oft vor geschlossenen Grenzen anderer Staaten standen, werden wir vor denen, die heute wirklich verfolgt sind und bei uns Schutz suchen, die Tür nicht verschließen.

Wenn wir uns der Verfolgung des freien Geistes während der Diktatur besinnen, werden wir die Freiheit jedes Gedankens und jeder Kritik schützen, so sehr sie sich auch gegen uns selbst richten mag.

Р. фон Вайцзекер говорит также о немецких женщинах, на плечи которых легла тяжесть утрат близких, восстановительных работ и одиночества, об их роли в сохранении духа гуманизма в военные и послевоенные годы:

Sie haben in den dunkelsten Jahren das Licht der Humanität vor dem Erlöschen bewahrt... Wenn aber die Völker an den Zerstörungen, den Verwüstungen, den Grausamkeiten und Unmenschlichkeiten innerlich nicht zerbrochen, wenn sie nach dem Krieg langsam wieder zu sich selbst kamen, dann verdanken wir es zuerst unseren Frauen.

Не остается без внимания и проблема разделения немецкой нации вследствие Второй мировой войны, нации с общей историей и с общими устремлениями:

Wir Deutschen sind ein Volk und eine Nation. Wir fühlen uns zusammengehörig, weil wir dieselbe Geschichte durchlebt haben. Auch den 8. Mai 1945 haben wir als gemeinsames Schicksal unseres Volkes erlebt, das uns eint. Wir fühlen uns zusammengehörig in unserem Willen zum Frieden...

Официальный пост оратора, предполагающий высокую степень ответственности за свои слова, предопределил взвешенность, обоснованную аргументацию и пафос речи. Выбор тем, использование различных технических приемов аргументации, адекватное языковое оформление оказывают сильное эмоциональное воздействие, а продуманное сочетание риторических средств прагматического, семантического и синтаксического уровня свидетельствует об ораторском искусстве Р. фон Вайцзекера.

Сурина А.В.
Нижний Тагил

СОВРЕМЕННЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ МЕМУАРЫ: ПРОБЛЕМА АВТОРСТВА

Проблема установления авторства текста является одной из самых сложных и интересных в текстологии. Она возникает при исследовании текстов различных жанров, принадлежащих к различным эпохам. Сфера наших интересов при обсуждении проблем авторства лежит в области современных политических мемуарных произведений. Именно в контексте современности традиционная проблема авторства представлена в новом свете. Своеобразие продиктовано жанром мемуарной литературы. Мы остановились на мемуарах современных политических деятелей не только потому, что этот жанр является очень популярным в настоящее время, но потому что сама проблема определения истинного автора здесь оказывается очень актуальной. В этой ситуации мы можем наблюдать переход проблемы определения авторства из филологической в политическую или юридическую сферу.

Проблема авторства в свете политического дискурса проявляет себя часто как проблема ответственности за слова, звучащие в политическом дискурсном пространстве. Мемуарный текст обычно несёт

некоторый «рекламный» оттенок, направленный на создание благоприятного политического имиджа автора. У каждого известного политического деятеля существует свой речевой портрет, речевые особенности, которые служат дополнением к его политическому образу. Эти особенности должны проявляться и при написании мемуаров, чтобы не искажался индивидуальный стиль автора, его имидж, чтобы он был узнаваем и соотносителен с реальным образом. Для этого часто применяется подмена автора или привлечение специалистов по созданию «рекламно-политического» текста: спичрайтеров, имиджмейкеров, журналистов и т.д., которые способны помочь политику грамотно «самовыразиться».

При исследовании мы опирались на сами тексты, в которых часто упоминаются помощники автора и говорится о роли этих помощников в создании мемуаров. Этот подход не лишён доли субъективности, но представляет интересные материалы реального вклада политика в подготовке мемуарного произведения.

Иногда сами способы представления мемуаров рождают сомнения относительно подлинного автора текста и точности передачи слов политика. Например, кроме традиционной формы мемуаров «от первого лица», встречается оформление мемуаров в виде беседы (например, диалог автора и журналиста и др.). При этом возможно искажение подлинных слов политика и в той или иной степени снимается ответственность политика за содержание текста. Например, Р.М. Горбачёва «рассказывает о себе, прожитом и настоящем» в беседе с писателем Георгием Пряхиным. Мемуары Н. Назарбаева представлены в виде диалога с журналистом А.П. Житнухиным.

В некоторых случаях мемуары содержат открытую ссылку на одного «соавтора» или группу лиц, участвовавших в создании казалось бы сугубо индивидуального произведения. Например, первый министр иностранных дел постсоветской России пишет: «Большую работу над текстом, композицией книги и её разделов, подбору материалов провели мои друзья ещё со студенческих времён А.И. Кузнецов и В.Б. Луков – яркие международники. Они, по сути, соавторы, а не просто советники или помощники» (А. Козырев «Преображение»).

Очень распространённым является выражение благодарности автором своим близким родственникам, семье, но говорить о непосредственном их участии при создании мемуарного текста едва ли возможно, скорее это косвенное воздействие непосредственных участников воспроизводимых событий.

Очень часто авторы-мемуаристы ссылаются на поддержку своих друзей и коллег.

Несмотря на наличие множества помощников, автором мемуа-

ров следует считать всё-таки политического лидера. Во-первых, читателям интересны факты, которые известны только непосредственным участникам событий, и оценки, которые дают именно эти люди. Во-вторых, можно предположить, что помощник мемуариста при подготовке текста стремится как можно точнее передать индивидуальные особенности речи официального автора мемуаров. В-третьих, политический лидер, ставя свою подпись, берёт на себя ответственность не только за содержание текста, но и за его речевое оформление. В-четвёртых, в общественном сознании, которое склонно к мифологизации личности политического лидера, ответственность за содержание мемуаров возлагается именно на политического лидера. Поэтому при дискурсивном лингвистическом анализе политические мемуары вполне могут рассматриваться как тексты, созданные их официальным автором.

Суспицына И.Н.
Екатеринбург

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕРМИНЫ В ОБЫДЕННОМ СОЗНАНИИ

Мысль о политизации общества и, как следствие этого, о политизации языка стала общим местом в лингвистических исследованиях о состоянии русского языка на рубеже веков.

Как известно, термины являются ядром специального языка и передают основную содержательную информацию той сферы, которую они обслуживают. Для выяснения того, насколько «терминологична» современная политическая терминология, был проведен социолингвистический опрос семидесяти абитуриентов трех вузов г. Екатеринбурга. Им было предложено дать толкование и привести примеры употребления в речи девяти политических терминов, относящихся к трем группам: 1) лексемы, которые давно номинируют понятия данной сферы и актуализировавшие свое значение в последние годы, - дебаты, демократия, терроризм; 2) термины, семантика которых была переориентирована из характеризующих явления капиталистического строя и в словарях давалась с отрицательной коннотацией в наименования явлений российской действительности с нейтральной окраской – консолидация, спикер; 3) «свежих» политических номинаций – лоббировать, рейтинг, саммит, PR (PR технологии, грязный PR).

Как показали данные опроса, термины первой группы прочно внедрились в речевую практику носителей языка и соответствуют всем нормативным требованиям, предъявляемым к терминологии: фиксированности содержания, точности, однозначности, отсутствию синонимов, систематичности, внедренности.

Политические термины второй группы в сознании молодого по-

коления закрепились неполностью. Так, спикер для участников опроса – это и глава Госдумы (92 %), и государственный чиновник, и министр, и депутат, и человек, который что-то оглашает, и даже человек, связанный с работой на самолетах (ср.: Вниз спикировал спикер).

Еще хуже освоены политические номинации третьей группы. Только 17% дали толкование слова рейтинг, 9% объяснили, что такое саммит, 8 участников эксперимента смогли сформулировать значение глагола лоббировать. Что такое PR (PR-технологии, грязный PR) нашим абитуриентам практически непонятно. Сфера употребления этих терминов – реклама, телевидение, политика. Были предложены следующие толкования: предвыборная агитация; продвижение в массы политических идей; способы политической пропаганды; реклама отдельных лиц или организаций; политическая организация, готовящая различные мероприятия; надуманные слухи; работа вне закона.

В целом анализ функционирования политических терминов в молодежной среде продемонстрировал, что лучше эти языковые единицы освоены юношами, абитуриентами, поступающими на гуманитарные специальности и имеющими более обширные знания английского языка.

Титова Е.Ю.
Нижний-Тагил

О СТРАТЕГИЯХ ПОДБОРА ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ ПРИ РАБОТЕ С ГАЗЕТОЙ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ПРАКТИКЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Газета на иностранном языке должна составлять важную часть языкового учебного материала, особенно на старших курсах. Умело организованная, систематическая работа с газетой расширяет образовательные возможности дисциплины “Практика иностранного языка”. Чтение газеты на иностранном языке предусматривает важную практическую цель – обучить студентов чтению, пониманию и вдумчивому осмыслению газетного материала, развитию навыка критического и независимого прочтения.

Работа с газетой должна предполагать наличие серьезного методического пакета, в который входят газетные заметки и статьи разного объема и тематики, иллюстрации, фотографии, схемы, карты; система упражнений, направленных на обучение чтению, усвоение активной лексики, поиск значения слов и фраз, используя контекст статьи; поурочный комментарий, где разъясняются реалии и трудные в языковом отношении моменты. Важнейшим элементом методического пакета является глоссарий, который должен содержать лекси-

ческие единицы, включая устойчивые словосочетания, характерные для современного политического языка.

Современные исследования по политической лингвистике и методике преподавания иностранных языков предлагают разнообразие подходов к составлению глоссария общественно-политической лексики с целью его использования при работе с газетой.

Процесс составления глоссария основывается на контекстном стратегическом подходе, ориентированном не на анализ и изучение отдельных лексических единиц соответствующей общественно-политической тематики, а на системность ее усвоения и комплексность представления.

Тематический словарь – один из вариантов представления общественно-политической лексики (Т.В. Честных). Обычно он составляется поурочно и включает в себя не только отдельные единицы из текста, но и дополнительный тематический запас лексики, необходимый как для расширения знаний студентов вообще, так и для беседы на тему, заданную статьей.

Другим возможным способом предъявления общественно-политической лексики является составленный самим преподавателем англо-русский словарь газетной лексики (Д.В. Малявин, М.С. Лапушкина), в которую входят слова, словосочетания, часто встречающиеся в газетах и ряд страноведческих терминов. В словарной статье дается слово, его фонетическая транскрипция, русский перевод, отражающий значение или систему значений, характерных для газетных текстов. В ряде случаев кроме перевода термина дается его толкование и, возможно, примеры на употребление.

Также общественно-политическая лексика может быть представлена англо-русским глоссарием (В.Н. Крупнов), который построен по алфавитно-гнездовой системе, снимающей трудности поиска необходимой лексики, позволяющей уяснить ту речевую область, в которой обычно употребляется та или иная лексическая единица в определенном месте. Под ведущим словом гнезда предлагается словосочетание, начинающееся с того же слова; затем следуют другие словосочетания в алфавитном порядке. Слово, состоящее из определенных и определяемых слов, следует искать по главному слову.

Так как в газетных текстах встречается большое количество сокращений, необходим также перечень наиболее употребительных из них с толкованием некоторых понятий.

Критериями отбора лексики могут служить следующие: 1) значимость слова; 2) тематическая частность слова; 3) комбинабельность слова; 4) полисемия слова; 5) словообразовательные возможности.

При условии методически правильно отобранного лексического

материала общественно-политической направленности, осуществления систематической работы над такого рода лексикой, студенты должны овладеть запасом слов по общественно-политической тематике около 3000 единиц. Данный активный запас, а также определенные навыки переводческой техники позволят студентам работать с оригинальными газетными материалами, понимать тексты общественно-политического характера, переводить их, составлять аннотации, делать сообщения.

Студенты охотно читают газеты на иностранном языке, ценят их за актуальную информацию, постоянную новизну содержания статей. Задача преподавателя – правильно организовать учебный материал, в том числе выбрать эффективную стратегию подбора общественно-политической лексики.

Тоноян Дж. Я.

АРГУМЕНТАЦИОННОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В ПРЕДВЫБОРНОЙ КАМПАНИИ

Оказавшись кандидатом в президенты, политик сталкивается с необходимостью бороться за умы и сердца избирателей. Традиционно это возможно при помощи речи. Поэтому для участника предвыборной кампании умение правильно построить воздействующую речь и завоевать симпатии аудитории — одна из важнейших задач. Искусство построения такой речи весьма сложно и предполагает сочетание различных средств воздействия, среди которых наиболее эффективным является аргументация.

Убеждение и внушение являются главными составляющими аргументации. Убеждение представляет собой сложный процесс, в котором взаимодействуют различные факторы, и успех которого зависит именно от единого, целостного их учета. Оно обращено к рациональной сфере сознания, к разуму человека, поэтому в процессе убеждения политик прибегает к логическим средствам воздействия, апеллируя фактами и цифрами. Кроме логически обоснованных способов, убеждение включает эмоционально- психологические факторы. И здесь важную роль играет внушение, которое обращено, прежде всего, к эмоциям, чувствам реципиента, стремясь привести его в определенное психическое состояние. Внушение подготавливает почву для убеждающего воздействия. Если рассматривать предвыборные речи, то можно убедиться, что большего успеха добивается тот политик, который обращается к чувственной сфере, а не оперирует лишь фактами и цифрами.

Основой аргументации в публичной речи является топос (общее место), т. е. мысль, помогающая объединению оратора и аудитории. Когда мы говорим об общих местах как источниках открытия аргу-

ментов, то мы имеем в виду, в первую очередь, средства объединения, взаимопонимания политика и аудитории, ту совокупность знаний и представлений, которые разделяет говорящий и слушающий. Следовательно, топосы — это не любые мысли, а только те из них, которые основаны на ценностях и предпочтениях, обращены к нравственным ориентирам, эстетическим идеалам, интеллектуальным интересам, разделяемых этой аудиторией. Умение находить и использовать топосы особенно важно именно в предвыборной речи, основной целью которой и является установление взаимопонимания, объединения с аудиторией. При поиске топосов политик опирается на разные группы ценностей: 1) универсальные; 2) государственные; 3) групповые; 4) индивидуальные.

На основе универсальных ценностей возникают топосы, которые являются общими для людей многих стран, поэтому их использование безошибочно. Прежде всего, они затрагивают проблемы неприкосновенности жизни человека. В предвыборных речах кандидаты в президенты часто обращаются к чувству безопасности людей, их естественному желанию жить спокойно и в мире, без войны. У кандидата в президенты Дж. Буша решение этой проблемы связано с созданием мощной и сильной армии. Дж. Кеннеди настаивает, что достижение спокойствия и стабильности в своей стране и в мире в целом связано не с вооружением, а с разоружением, предотвращением ядерной войны и контролем за ядерными испытаниями. Аргументированное воздействие может строиться также и на манипулировании стремлением к экономическому благосостоянию. Чаще всего политик высказывает недовольство экономическим положением страны, а затем предлагает пути улучшения сложившейся ситуации, стимулируя частный сектор или привлекая инвестиции в экономику страны.

В предвыборной речи также можно встретить топосы, основанные на групповых ценностях. Они используются в более мелких группах населения — профессиональных, возрастных, партийных. Сюда можно отнести проблемы, касающиеся дискриминации. Так, например, кандидаты в президенты Б. Клинтон и Б. Доул заявляют о категоричном отказе разделять людей по цвету кожи. Но чаще всего это лишь констатация фактов без четкого плана устранения данной проблемы.

На основе государственных ценностей создаются топосы, которые объединяют людей как представителей определенной культуры общности. Кандидат в президенты Дж. Буш обращается к вопросам образования и молодежи, настаивая на том, что у всех есть право получить хорошее образование, а также подчеркивает необходимость бороться с алкоголем и наркотиками. Политик также апеллирует

ет к вопросу трудоустройства, подчеркивая, что работа является достоянием нации и каждый гражданин страны имеет на нее право. Вопросы религии можно отнести к государственным ценностям. Главная идея заключается в том, что каждый имеет право выбирать любое вероисповедание и даже быть атеистом.

Не менее эффективным аргументом является ссылка на авторитет, что позволяет сделать речь политика более весомой. Часто в своем предвыборном выступлении политики используют факты и цифры, которые выступают доказательством их слов. Политики могут прибегнуть к аргументу, связанному с уважением к общезначимым и уважаемым символам, таким как: герб, флаг.

Топосы — важнейший элемент любой предвыборной кампании, так как ценности, на которых они основываются находят отклик в душе любого избирателя.

Трегубова К.Б.

Пермь

ВОСПРИЯТИЕ РЕЧИ ТЕЛЕВЕДУЩЕГО МАССОВОЙ АУДИТОРИЕЙ

Тема нашей работы «Восприятие речи телеведущего массовой аудиторией». Данная работа посвящена, во-первых, исследованию смысловых акцентов в речи телеведущих, во-вторых, изучению особенностей восприятия телеведущих массовой аудиторией, в-третьих, выявлению особенностей взаимодействия телеведущего и массовой аудитории. Методика исследования смысловых акцентов основана на комплексном анализе текстов тележурналистов, выявлении в этих текстах способов реализации модальности, или смысловых акцентов, на различных вербальных и невербальных уровнях. Восприятие массовой аудитории исследовалось с помощью метода семантического дифференциала Чарльза Осгуда. Обработка данных осуществлялась по формулам вычисления среднего показателя Ме и меры согласия. Материалом исследования послужили расшифровки видеоматериалов с записью аналитических программ телевидения «Глас народа» и «Основной инстинкт» С. Сорокиной, «Времена» В. Познера, «Зеркало» Н. Сванидзе. Общая продолжительность записи 1000 минут. В эксперименте по исследованию восприятия приняли участие 36 студентов филологов и юристов ПГУ и Нижегородской академии МВД РФ. В результате проведенного комплексного анализа текстов телеведущих на предмет выявления смысловых акцентов мы пришли к следующим выводам: - основными средствами реализации оценочности в речи Н. Сванидзе являются: использование маркированной лексики, дисфемизмы, сложные образные ряды, сравнения, метафоры, метонимии, риторический прием нагнетания, ассоциативные ряды. В речи С. Сороки-

ной: экспрессивные восклицания, маркированная разговорная лексика, декларативное разделение мнений на «свои» и «чужие», интонационная экспрессия, проявляющаяся как в вопросах, так и в отдельных репликах, позволяющая делать выводы о близости ведущей того или иного мнения. В отличие от С. Сорокиной, В. Познер всячески подчеркивает свою объективность, не высказывая собственного мнения, однако смысловые акценты все же присутствуют в речи ведущего: это и использование домислов, интонационное окрашивание реплик и вопросов, предельная конкретизация разговора, не позволяющая собеседникам уклоняться от предложенной проблемы, столкновение мнений и др. На невербальном уровне нами также отмечены особенности, позволяющие говорить о том, что Познер прекрасно владеет способами суггестивного воздействия на аудиторию: психологическое давление на аудиторию осуществляется с помощью такого распределения ролей (транзактный анализ), согласно которому собеседник оказывается в роли ребенка, т.е. он вынужден оправдываться, извиняться и т.д. Ведущий же, выполняющий функцию родителя, выступает в данной ситуации как «правая» сторона, вызывающая симпатии аудитории. Близость к аудитории подчеркивается и с помощью частого использования местоимения «мы». Исходя из этого, мы пришли к выводу, что В. Познер будет более остальных ведущих привлекателен для аудитории, а информация, сообщаемая им, будет вызывать больше доверия. Данное предположение подтвердилось результатами эксперимента, проведенного с целью изучения восприятия аудиторией телеведущих. С помощью метода семантического дифференциала мы выяснили, что по таким показателям, как: вызывает доверие, эрудированный, сильная личность, умный, имеет высокий социальный статус, верит в то, что говорит, убеждающий, Познер намного опережает своих коллег. Данный факт свидетельствует о том, что используемая им модель речевого и невербального поведения является оптимальной для воздействия на аудиторию и изменения мнения телезрителей.

Харламова Т.В.
Саратов

ТЕКСТОВЫЕ НАРУШЕНИЯ В РЕЧИ ПОЛИТИКОВ (на материале телеречи и текстов из сети Интернет)

Проблема культуры речи широко обсуждается в современной лингвистике. С уверенностью можно сказать, что немалое влияние на нашу правильную или неправильную речь оказывают средства массовой информации. Примеры текстовых нарушений можно легко заметить в речи говорящих с телеэкрана политиков, административных

работников, а также нередко и журналистов. Культура речевого общения особенно важна для политиков и государственных деятелей в их публичных выступлениях. При постоянном нарушении речевых норм теряется не только сила самого выступления, не только имидж политика, но, самое главное, их речевые ошибки непосредственно влияют на речь слушателей. Для многих российских политических деятелей речевые ошибки уже становятся нормой.

‘Традиция’ речевых нарушений на телеэкране возникла не так давно, со времен перестройки, которая принесла перемены и на телевидение, увеличив долю программ в прямом эфире и количество спонтанных выступлений политических деятелей, речь которых далека от идеала. Частое звучание речевых ошибок, их беспрестанное повторение постепенно наводит на мысль об изменении речевых норм. Немалую роль в этом играет авторитет и популярность политиков. Доступ к массовой аудитории дает им возможность влиять не только на общественное, но и на речевое сознание.

Анализ материала показал, что, несмотря на стремление говорящего создать логичный, легко воспринимаемый, понятный для слушателей текст, это ему не всегда удается.

Нередко причина кроется в невысоком уровне речевой культуры, в недостаточной степени владения языком и неспособности адекватно выражать свои мысли.

Текстовая основа может нарушаться и с употреблением стилистически ‘неверных’ фраз, которые не отвечают всем канонам выбранного жанра и стиля. Обсценизмы нарушают жанрово-стилевой колорит. Более того, сниженная лексика в устах политиков служит своего рода пропагандой сниженного типа общения. Нарочитая грубость есть не что иное, как стремление завоевать дешевый авторитет у масс.

Во многих выступлениях превалирует негативная оценочность. Иногда в расчет не берутся чувства людей, для которых резкое высказывание может звучать оскорбительно (*Нам порют чушь про Курск – кто будет поднимать эту грудь ржавого металла.* (Газета.Ru)).

Еще одной особенностью речи российских политиков, вносящей диссонанс в речь, является феномен, получивший название «какбы́зм», причина которого кроется в неуверенности [Ryazanova-Clark, Wade 1999].

Нарушения текстовой ткани могут возникать из-за присутствия записывающей аппаратуры для трансляции в эфир. Следует отметить, что степень влияния этого фактора на речь в значительной мере определяется индивидуальными особенностями говорящего, его

опытом публичных выступлений.

Не стоит отметить и эмоциональную сторону. Часто текстовые нарушения объясняются высоким эмоциональным накалом выступления или стрессовой ситуацией. Так, комментарии событий, которые произошли в октябре 2002 года при захвате террористами театрального комплекса на Дубровке, содержат много текстовых несообразностей. Потрясение и напряжение было настолько велико, что это отражалось и на речи говорящих.

Основной же причиной текстовых нарушений в исследованном материале, с нашей точки зрения, является влияние устности, спонтанности, неподготовленности продуцируемого текста, т.е. особенностей устной речи.

В устной речи часто наблюдается словесная избыточность, выражающаяся в соположенном, но не дающем смыслового приращения употреблений синонимов. В таком использовании синонимов проявляются не только характерные для современной речи тенденции к усилению неопределенности, но и попытки заполнить паузы в процессе речепорождения, создать внешнее впечатление весомости высказывания. Нередко это просто показатель плохой речи (*Они не поверят пока не будет/ э-э живого/ трепещущего трупа тела//* («Вести»)).

К числу наблюдаемых в телеречи примеров влияния устной формы речи относятся так называемые «слабооформленные построения» – прерванные, незаконченные конструкции, самоперебивы, нарушения в сочетаемости слов и др. Доля такого рода высказываний тем выше, чем более спонтанен и неподготовлен текст.

Нередко в тексте возникают речевые ошибки – путание окончаний (между определением и определяемым существительным, субъектом/ объектом и предикатом и т.п.), неверное употребление связующего союза в придаточном предложении и предлога, неправильное ударение и т.д.

Таким образом, можно говорить не только о текстообразующих, но и тексторазрушающих средствах. Для избежания текстовых нарушений важно понимать механизм текстообразования, учитывать факторы, влияющие на создание текста, отвечающего законам его правильного построения, а также знать речевые нормы. Неграмотное построение речи, беспрестанное тиражирование ошибок может пагубно отразиться на речевом облике России и превратить СМИ в средство пропаганды низкого уровня речевой культуры.

Чернова С.В.
Киров

ПАТРИОТ, ПАТРИОТИЗМ: СОВРЕМЕННОЕ СЛОВОУПОТРЕБЛЕНИЕ

В настоящей работе обсуждаются особенности употребления в языке наших дней слов **патриот** и **патриотизм**. Ср.: *Либеральная философия применительно к России выродилась в тотальное отрицание патриотизма, с каковым результатом наша Родина и подошла к 21 веку.* Дм. Быков. *Простые истины*; *К сожалению, в наше время про такое понятие как патриотизм потихонечку начинают забывать. А очень жаль.* А. Самарцев. *Воспитание патриотизма у детей.*

Действительно, сегодня мы все реже слышим и употребляем эти слова в том значении, которое они имеют в словарях русского языка, отражающих словоупотребление доперестроечного периода. Ср.: **ПАТРИОТ** - "тот, кто любит свое отечество, предан своему народу, родине... *Впервые слово патриот появилось в период французской революции 1789-1793 гг. Патриотами тогда называли себя борцы за народное дело, защитники республики в противовес изменникам, предателям родины из лагеря монархистов* М. Калинин. О коммунистическом воспитании // *перен. чего. Тот, кто предан чему-либо, горячо любит что-либо. Патриот Ленинграда. Патриот своего завода*".

ПАТРИОТИЗМ - "Любовь к родине, преданность своему отечеству, своему народу. *Мы должны воспитывать всех трудящихся СССР в духе пламенного патриотизма, в духе безграничной любви к своей Родине.* М. Калинин. О коммунистическом воспитании" [Словарь русского языка: В 4 т. М., 1984].

В иллюстративном материале широко известного "Словаря иностранных слов" (гл. ред. Ф.Н. Петров) подчеркивается отличие слова **патриотизм** от таких лексических единиц, как **национализм**, **космополитизм** - и дается указание на тематическую близость его со словом **интернационализм**. Ср.: **ПАТРИОТИЗМ** - "любовь к родине, преданность своему отечеству, своему народу, *Подлинный патриотизм включает в себя борьбу за лучшее будущее для народа и социальный прогресс, за социализм и коммунизм; он несовместим с буржуазным национализмом и космополитизмом и нераздельно связан с пролетарским интернационализмом, со стремлением к миру между народами*" [Словарь иностранных слов. М., 1979].

В "Толковом словаре иноязычных слов" Л.П.Крысина (М., 1998) дефиниция интересующего нас слова подобна его толкованиям в других словарях. Ср.: **ПАТРИОТИЗМ** - "Преданность и любовь к своему отечеству, своему народу". Однако в так называемой зоне аналогов словаря Л.П.Крысина смысловых сближений слова **патриотизм**

со словами **национализм, космополитизм, интернационализм** уже нет.

Анализ современных контекстов показывает, что в живом употреблении лексема **патриотизм** входит в один тематический ряд с такими словами, как **национализм, шовинизм, космополитизм, интернационализм, антисемитизм, антисоборность, антикоммунизм**. Оно употребляется в текстах в сочетаниях с определениями **советский, идеологический, русский, голозадый, ура-патриотизм, настоящий, искренний, ложный, истинный, национальный, воинствующий, современный, российский, объективный**.

Нечеткость, неоткристаллизованность самого понятия **патриотизм** ведет к такой же неопределенности в употреблении слова **патриот**. Напр., в "Русском семантическом словаре" / под ред. Н.Ю. Шведовой (М., 1998) слово **патриот** помещается сразу в две классификационные рубрики: 1) названия лиц по отношению верности, преданности, постоянства, любви к кому-нибудь (**болеельщик, маньяк, одностуд, одностлюб, паладин, патриот, фанат** и т.д.) и 2) названия лиц по свойствам натуры, чертам характера, а также по поступку, поведению, определяемому такими свойствами, чертами (**вольностлюб, герой, донкихот, законник, кремь, молодец, орел, патриот** и т.д.).

Слова **антикоммунист, интернационалист, коммунист, националист, шовинист** и многие другие в "Русском семантическом словаре" образуют отдельную группу названий лиц, определяемую как "члены партии, сторонники, последователи общественных, политических, идеологических течений, направлений, движений". В коммуникативном пространстве языка именно эти политически маркированные лексические единицы выступают в одном ряду со словами патриот и патриотизм. Ср.: *Умелого искусственного разрушения нашего патриотизма, его превращения в национализм, шовинизм, антисемитизм, антикоммунизм (антисоборность) предостаточно*. Голозадый патриотизм // Калининградская правда. 6. 03. 2002 г. Факт изменения парадигматических связей интересующих нас слов зафиксирован и в "Толковом словаре русского языка конца 20 века. Языковые изменения" (СПб, 1998). Ср.: представление в этом словаре слов **национал-патриот, национал-патриотизм, национал-патриотический** с пометой *зафиксировано впервые* и смысловыми сближениями со словами **коричневые, ура-патриот, фашистский**.

Черняк В.Д.
Санкт-Петербург

КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ПОЛЕ «ПЕТЕРБУРГ» В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Петербург, без сомнения, принадлежит к числу ключевых культурных концептов и неразрывно связан с картиной мира, культурной памятью носителей русского языка. Содержание этого концепта складывалось на протяжении трех столетий и формировалось в значительной степени под воздействием художественной литературы и публицистики. Понятие «петербургский текст», активно вошедшее в научный обиход литературоведов, культурологов, лингвистов, основано на целом ряде текстовых доминант и мифологем и органично связано с антиномией «Петербург – Москва».

Обращение к «Русскому ассоциативному словарю» демонстрирует устойчивость в языковом сознании усредненной языковой личности определенных линий ассоциирования, которые определяют восприятие и продуцирование текстов: Москва, Ленинград, город на Неве, Петр I, красивый, величие, град Петров, Петра творенье, окно в Европу, столица, Дворцовая площадь, Зимний дворец, Эрмитаж, мост, набережная, шпиль, город на болоте, лужи, снег. Слово-стимул Ленинград, наряду со сходными реакциями, обозначает иные грани ассоциативного поля: город-герой, блокада, город-музей, колыбель революции, переименован, дамба.

В публицистическом стиле на протяжении десятилетий формировались устойчивые номинации, служащие маркерами стереотипных ситуаций: город белых ночей, северная Венеция, город мостов и каналов, окно в Европу, город музеев, город трех революций, колыбель Октября и др. В последнее десятилетие элементы концептуального поля, вербализованные двумя последними перифразами, актуализируются лишь в особых условиях. Устойчивая номинация «город-герой», являвшаяся официальным приложением к слову Ленинград, не утратив содержательной значимости, в современном дискурсе деактуализировалась. Социальные процессы «эпохи Владимира Путина», миграция кадров в высшей политической сфере, изменения на аксиологической шкале превратили перифраз «северная столица» в устойчивую номинацию, наряду со «вторая столица» и «культурная столица России» (ср. активно эксплуатировавшееся в перестроечном политическом дискурсе сочетание «столичный город с областной судьбой»).

Предметом нашего внимания явился «юбилейный политический дискурс». Особая в культурной жизни России дата – 300-летие Санкт-Петербурга активизировала в газетно-журнальном дискурсе все составляющие концептуального поля, наполнила новым содержанием традиционные мифологемы петербургского текста.

Извечное противопоставление реального и мифологического Петербурга стало основной моделью построения текстов. «Юбилейный дискурс» позволяет отчетливо наблюдать манипулятивные технологии СМИ.

Традиционные номинации, связанные с полем «Петербург»: Петропавловская крепость, Эрмитаж, набережные, мосты, дворцы, парки и т.п. – стали активно использоваться в лексико-семантических полях «строительство», «восстановление», однако ключевым становится традиционный образ «потемкинских деревень»: «За рекламными щитами – пустые глазищи окон, разруха дворов и помойки.... В центре Питера лихорадочно докрашивают фасады и настилают асфальт, а на пути вип-кортежей возводят 'потемкинские деревни'» [Новая газета].

Чернышова Т.В.
Барнаул

АНТРОПОТЕКСТ КАК ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЗИЦИИ АДРЕСАТА В СФЕРЕ ПУБЛИЦИСТИКИ

Благодаря господству принципов антропоцентризма, в современном языкознании сформулированы две глобальные проблемы, связанные, во-первых, с ответом на вопрос о том, какое воздействие оказывает сложившийся естественный язык на поведение и мышление человека и что дает в этом отношении существование у человека определенной картины мира; во-вторых, с ответом на вопрос о том, как человек воздействует на используемый им язык, какова мера его возможного влияния на него, какие участки языковых систем зависят от «человеческого фактора» (Е.С. Кубрякова).

Антропоцентризм как особый принцип исследования заключается в том, что изучаемый объект рассматривается прежде всего по его роли для человека, по его назначению в жизнедеятельности человека, по его функциям для развития человеческой личности и ее усовершенствования. Неисчислимо многообразны аспекты (уровни, планы, каналы) отражаемого в тексте взаимодействия человека и языка: от проблем идиостиля и судебной идентификации личности по тексту (В.П. Белянин) до, например, гендерного аспекта орфографии (В.Я. Булохов) или лингво-социо-психологических портретов политических деятелей (А.М. Верховский, Е.В. Михайловская, В.В. Прибыловский), классификации свертков идеологем, ориентированных на обобщенный характеризованный тип адресата (с формирующимся сознанием тоталитарного типа) (Н.А. Купина) и т.д. Согласно перечисленным аспектам, антропоцентризм обнаруживает себя в том, что «человек становится точкой отсчета в анализе тех или иных явлений, что он вовлечен в этот анализ, определяя его перспективы и конеч-

ные цели» (Ю.Н. Караулов).

В свете изложенного мы, вслед за Н.Д. Голевым, полагаем, что любое речевое произведение представляет собой особый антропотекст, т.е. текст, способный отражать разные аспекты языковой личности. Мы можем исследовать «психологический», «социальный», «юридический», «этический», «идеологический» и другие типы личности как вид полноценного представления личности, вмещающий в себя психологический, социальный, юридический, идеологический и другие компоненты, но преломленные через ее язык, ее дискурс.

Таким образом, антропотекст с разных сторон рассмотрения может выступать как «социотекст», «психотекст», «юритекст» и т.п. или же может представлять собой более сложную организацию, если он направлен, например, на массовую аудиторию. В этом случае можно говорить о существовании «социопсихотекста» (в частности в сфере массовой коммуникации), представляющего собой результат сложного, нередко весьма противоречивого взаимодействия автора и «потребителя» его речевой продукции, и если автор имеет намерение (а отсутствие такого намерения противоестественно для нормальной коммуникации) быть понятым своим адресатом, то в тексте найдет отражение и ориентация автора на определенного (в той или иной мере, разумеется) адресата (тип адресатов). Здесь уместно вспомнить утверждение Н.Д. Арутюновой о том, что всякий речевой акт рассчитан на определенную модель адресата, что удовлетворение пресуппозиции адресата – одно из важнейших условий эффективности речевого акта.

В такой опредмеченной в тексте ориентации лингвист в ходе антропологического описания обнаруживает типовой (не исключено, однако, что и индивидуальный) портрет адресата (слушателя, читателя). Адресной направленностью текста во многом определяется вариативность текстов (в данном аспекте также антропотекстов!), имеющих тождественное или близкое содержание (Н.Д. Голев).

Считаем важным подчеркнуть, что, говоря об ориентации автора на фактор адресата, мы имеем в виду не только осознанную речевую стратегию первого (О.Л. Каменская), но и неосознаваемый или слабо осознаваемый учет им тех или иных особенностей адресата.

Конкретным положением, непосредственно обосновываемым в нашей работе, является следующее: для успешного взаимодействия автора и адресата в газетно-публицистической сфере недостаточно только «пересечения» концептуальных систем реципиента и текста, необходимо также **«пересечение» концептуальных систем автора и адресата через текст**, а также **пересечение фрагментов тезауруса** автора и адресата. Отраженный образ читателя (подразуме-

ваемый читатель) – важнейший компонент любого антропотекста, рассматриваемого в коммуникативном аспекте.

Таким образом, осознанная или неосознанная ориентация автора газетно-публицистического текста на определенную категорию читателей для более успешного решения стоящих перед ним коммуникативных задач детерминирует речевую стратегию последнего, приводя его к созданию (или невольному отражению) коммуникативного портрета потенциального реципиента.

Информация о потенциальном реципиенте лингвистом-исследователем антропотекста может быть собрана различными способами (см. об этом исследования О.Л. Каменской, Н.В. Максимовой и др.). Достаточно полным источником изучения коммуникативного портрета группы или коллективного реципиента могут служить тексты СМИ, ориентированные на разного читателя.

Чубарова А.В.
Пермь

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОРРЕКТНОСТЬ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Политика всегда играла большую роль в развитии общества, и вполне естественно, что в этой сфере функционирует совершенно особый язык. Политические деятели, обращаясь к своему народу, используют определенный набор стандартных языковых конструкций и политические термины, которые, к сожалению, не всегда понятны простому избирателю, и, в некоторых случаях, даже могут его оскорбить или обидеть. В этом случае встает вопрос о политической корректности.

Политическая корректность языка понимается, как стремление найти новые способы языкового выражения взамен тех, которые задевают чувства и достоинства индивидуума, ущемляют его человеческие права привычной языковой бестактностью или прямолинейностью в отношении расовой и половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида и т.д. [Тер-Минасова, 2000].

В английском языке политическая корректность начала свое существование еще со времен работорговли. Африканские рабы были возмущены негативной коннотацией слова *black*, и требовали называть себя более корректными словами (*Negro – coloured – black – African American*). Для обозначения других народов, живущих на территории англоязычных стран, также используются политически корректные термины (*Native Americans; Hispanics; Chinese Americans* и т.д.)

С развитием феминистского движения, слова, имеющие в своем составе морфемы, указывающие на половую принадлежность стали постепенно заменяться на нейтральные или «бесполые» слова (Fireman → fire fighter; postman → mail carrier; stewardess → flight attendant). При составлении всех официальных документов используется двойное местоимение his/her.

Для обращения к гражданам, имеющим физические, умственные или социальные проблемы, используются слова или словосочетания, не акцентирующие внимание на этих недостатках. (invalid → disabled; old people → senior citizens; fat people → big people; poor → disadvantaged).

На политическую корректность в России стали обращать особое внимание в постперестроечное время. За время перестройки был проведен ряд экономических и политических реформ, что привело к изменению классовой структуры общества. Появился класс достаточно состоятельных людей - «новые русские», сохранился средний класс, и появился класс людей, находящихся за чертой бедности. Изменились также общественное сознание, менталитет, и произошла переоценка ценностей.

Все эти факторы нашли свое отражение в русском языке. Например, на смену безликому обращению «Граждане» или «Товарищи» пришло обращение «Дамы и господа». Необходимо заметить, что если раньше подобное обращение имело явно негативную окраску, то в настоящее время оно употребляется только в положительном смысле.

Феминистские тенденции в России не так сильно выражены, как в европейских странах, но, тем не менее, во всех официальных документах появилось двойное местоимение его/ее. Для обозначения женщин, занимающихся коммерческой деятельностью, появилось словосочетание – деловая женщина, что является аналогом английского словосочетания business woman.

Что касается групп людей с физическими, умственными или социальными проблемами, то здесь, также как и в английском языке используются нейтральные выражения, чтобы уберечь их от оскорблений и обид, наносимых языком. Например, вместо слова «старика» корректнее использовать «пожилые граждане» или «люди пенсионного возраста»; вместо «инвалид» – «люди с ограниченными физическими способностями»; вместо «толстые» – «крупные» и т.д.

Итак, можно сделать вывод, что политическая корректность необходима для существования и развития правового государства. В русском и английском языках политическая корректность имеет одни и те же способы выражения и направлена на определенные слои

общества.

Чудакова Н.М.
Нижний Тагил

МЕТАФОРЫ ИЗ СФЕРЫ «ПРИРОДА» В ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ

В основе нового направления когнитивной лингвистики – теории концептуальной метафоры – лежит идея о том, что метафора – это не просто языковой феномен, но и выражение повседневной концептуальной реальности, когда мы думаем об одной сфере в терминах другой.

Концептуальные метафоры способствуют осмыслению и пониманию какой-либо абстрактной, не до конца понятной человеческому опыту сферы (сферы-мишени метафорического притяжения) в концептах другой, более привычной сферы (сферы-источника метафорической экспансии). В дискурсе СМИ сферами, требующими объяснения, категоризации и концептуализации, обычно выступают политика и экономика: процессы, происходящие в рамках этих сфер, не даны человеку в физических ощущениях. Одним из источников метафорической экспансии в дискурсе СМИ становится концептуальное поле «Мир неживой природы».

В русской культуре образы, связанные с окружающей природой, имеют исключительно большое значение, обусловленное природными факторами, фольклорно-обрядовыми традициями, многовековым земледельческим укладом. Поэтому вполне естественен и закономерен процесс метафоризации, при котором освоенные русской национальной культурой реалии концептуального поля «Мир неживой природы» выступают метаязыком, формой, отображающей и репрезентирующей сферы политики и экономики. Неживая природа становится своего рода моделью, в соответствии с которой человек представляет действительность, создавая таким образом новую языковую картину мира.

В результате метафорической экспансии политические реалии на страницах газет все чаще предстают как явления природы, против которых человек бессилен что-либо предпринять: *во время плохой погоды на страну опускается черное облако чеченской войны, разверзаются хляби небесные и слышатся стоны людские, бушуют ветры грядущего бунта, раскаты финансового грома дополняются вспышками политических молний и во тьме и холоде полярных ночей и стагнации вздрагивают регионы.*

Прагматический потенциал большинства метафорических выражений часто содержит высокую степень тревожности, наиболее ярко это отражено в источниковой сфере «Стихийные бедствия». Землетрясения, извержения вулканов, лавины и обвалы, наводнения, по-

жары – это агрессивные, очень опасные для человека природные стихии. Данные метафоры представляют государственную, политическую и экономическую деятельность как непредсказуемые катастрофические явления и процессы, которые могут вызвать человеческие жертвы и нанести материальный ущерб.

Ср.: Землетрясение объявлено. Остается только молиться, чтобы последствия не были такими разрушительными, как в 1998 году (С. Обухов). Тушат лаву, достигшую подножия, остужают горячий пепел. Но никто не трогает огнедышащего жерла, где хлюпает раскаленными пузырями неутомимая матка преступлений. Геологическое зло. Неиссякаемый источник русской беды (А. Проханов). Ваучеризация и была тем камнем, с которого началась снежная лавина, раздавившая многих. Из-под обломков выползают хромые, больные, пуганные, надломленные душевно (Т. Санина). Главная проблема – это наводнение мира долларами (С. Егоров).

Метафорическое представление политической ситуации в стране как стихийного бедствия моделирует образ агрессивной и непредсказуемой действительности, что вызывает в нем негативное эмоциональное состояние. Прагматический смысл, формируемый метафорами концептуального подполя «Стихийные бедствия», заключается в следующем: перемены в жизни общества, как и природные катаклизмы, необратимы, и нет смысла сопротивляться им, лучше отнестись к ним, как к необратимым природным явлениям.

Чудинов А.П.
Екатеринбург

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

Среди направлений современного языкознания существуют такие, которые объединяются однотипностью методологии, в них существуют признаваемые большинством исследователей постулаты и принципы (к числу подобных направлений относятся, например, сравнительно-историческое языкознание, психолингвистика, когнитивная лингвистика). Исследования по политической лингвистике объединяются прежде всего изучаемым материалом (политический язык, политические тексты, политический дискурс), а поэтому в данной области знаний до настоящего времени не существует единой теоретической основы, методологии и терминологии.

В наиболее общем виде каждое конкретное исследование в области отечественной политической лингвистики можно охарактеризовать с использованием следующей системы не всегда эксплицитно выраженных противопоставлений:

1. Исследования в области общей теории политической лингвистики – описание отдельных элементов политического языка.

2. Изучение советского «новояза» – исследование современного политического языка.

3. Поуровневый анализ языка (в том числе лексики, фонетики, словообразования, морфологии, синтаксиса) – исследование текста и дискурса (в том числе коммуникативных стратегий и тактик, проявлений речевой агрессии и др.).

4. Нормативный подход (анализ с позиций соответствия норме, обычно критический, с призывами к борьбе с «порчей русского языка») – дескриптивный (описательный) подход, то есть фиксация и изучение новых явлений без их оценки.

5. Изучение отдельных политических жанров, стилей, нарративов и текстов - исследование общих признаков политического языка.

6. Исследование идиостилей отдельных политических лидеров, политических направлений и партий - изучение общих закономерностей политического языка.

7. Дискурсивное изучение коммуникативных ролей, ритуалов, стратегий и тактик – лингвистическое изучение политического языка.

8. Когнитивное исследование политической коммуникации – традиционное исследование политической коммуникации.

9. Изучение отечественной политической речи - сопоставительные исследования, выявление общих и особенных признаков политических дискурсов различных стран и эпох.

10. Собственно политическая лингвистика – материалы по политической лингвистике, содержащиеся в исследованиях, ориентированных на смежные области науки.

Важно подчеркнуть, что во многих публикациях используются разнообразные методы и приемы изучения политической коммуникации, совмещаются нормативный и описательный аспекты исследования, последовательно изучаются различные языковые уровни и текстовые характеристики, привлекаются материалы, относящиеся к разным этапам развития русского политического языка.

Шаова О. А.
Екатеринбург

**РОССИЙСКО-АМЕРИКАНСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В XXI ВЕКЕ
ГЛАЗАМИ ФРАНЦУЗСКИХ СМИ:
СМЕНА МЕТАФОРИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ.**

Трудно переоценить влияние средств массовой информации на современное общество, на состояние умов. Дискурс масс-медиа (Е. И. Шейгал), играя особую роль в существовании политического дискурса, служит в настоящее время основным каналом осуществления политической коммуникации, обладает способностью манипулиро-

вать восприятием адресата, создаёт и эксплуатирует распространённые в обществе стереотипы.

Предметом настоящего сообщения является исследование концептуальной метафоры (Дж. Лакофф, М. Джонсон) как одного из способов подачи информации и оценки российско-американских отношений в современной французской прессе.

Российско-американские отношения всегда были в центре внимания французской прессы, поскольку напряжённость ситуации между двумя странами даёт достаточно оснований для экспрессивности и оценки. Приход к власти В. Путина изменил «политическую ориентацию» России, её роль на международной арене и, как следствие, привёл к смене метафорической парадигмы. Доминирующая последние десятилетия категориальная сетка, в рамках которой отношения США и России метафорически переосмысливались в терминах войны, начинает разрушаться. Милитарная метафора (*au stade actuel de la guerre froide* [на данном этапе холодной войны], *un retour à la guerre froide* [возвращение к холодной войне], *les militaires russes, vaincus de la guerre froide* [российские военные, побеждённые в холодной войне]) используется на страницах французских газет скорее для характеристики прошлого, нежели настоящего в отношениях России и Америки.

Cp.: Pour l'administration américaine, tourner la page de la guerre froide signifie aussi que le temps de la relation particulière entre les "deux grands", fondée sur leur capacité militaire, est révolu. (М., 14.11.01) [Для американской администрации перевернуть страницу холодной войны означает, что прошли времена, когда отношения между двумя державами строились на их военном потенциале]; *Ce traité liquidera l'héritage* de la guerre froide (М., 14.05.02) [Этот договор покончит с наследием холодной войны].

Разрушив старую категориальную сетку, метафора создаёт новую, коренным образом меняющую стандартное представление о сдержанности, напряженности и враждебности в отношениях между двумя странами. Таким образом, милитарная метафора уступает место метафоре супружеских отношений. Перестав бороться друг с другом, Россия и США стали активно налаживать «семейные» отношения. Активным началом, «женихом» выступает Америка, дающая щедрые посулы, соблазняющая и заманивающая «невесту» Россию.

Cp.: En même temps, pour faire passer la pilule, ou si l'on préfère pour masquer la perte par la Russie de son statut de réelle superpuissance, l'Amérique lui prodigue les marques extérieures de la plus haute considération (М., 01.12.01) [В тоже время, чтобы заставить проглотить пилюлю или если угодно, чтобы прикрыть (замаскиро-

вать) потерю Россией статуса сверхдержавы, Америка расточает ей знаки своего высочайшего внимания]; Courtisé par Paris et Washington, Vladimir Poutine se réserve le choix ultime de son camp (М., 25.02.03) [Обольщённый Францией и США, В. Путин оставляет за собой право выбирать месторасположение лагеря]; Les Etats-Unis et la Russie scellent une nouvelle alliance (М., 25.05.02) [США и Россия скрепляют новый союз].

Помимо невербальных способов выражения доминирующего положения США (в тексте статей лексема «Америка» при прямом наименовании почти всегда предшествует лексеме «Россия») пресса использует и вербальные средства (например, лексема «courtiser» (ухаживать) используется лишь в отношении к женщине), создавая в концептуальной картине мира адресата образ слабой, управляемой, легко соблазняемой России-жены, образ, идущий вразрез с традиционным представлением мудрой России-матери (А. А. Вальков, Г. Гачев, Ф. Ницше)

Однако вступление в брак и начало семейной жизни не основаны на взаимном доверии, уважении, искренности, душевной привязанности. «Брак» России и Америки лишь кажется прочным и равноправным. Отсутствие у «новобрачных» взаимопонимания, любви или хотя бы общих интересов приводит к размолвкам, ссорам, непониманию.

Ср.: Le "mariage" russo-américain ne se porte donc pas si mal (М., 15.03.02) [Российско-американский союз не так уж и плох]; Etats-Unis - Russie: les aléas d'un couple (М., 15.03.02) [Россия – США: милые бранятся - только тешатся]; Dans un vaudeville à l'ancienne, le premier (V. Poutine) jouerait l'épouse intéressée, le second (G. Bush) le mari très macho (М., 15.03.02) [В этом водевиле как и прежде Путин будет играть меркантильную жену, а Буш – деспотичного мужа]

Таким образом, способность метафоры изменять воспринимаемую нами реальность приводит к тому, что в концептуальной картине мира у адресата-представителя французской лингвокультуры формируется новый стереотип российско-американских отношений. Россия, проиграв холодную войну, потеряв статус сверхдержавы, перестаёт интересовать США как противник. Нет места в отношениях между двумя странами и для равноправного партнёрского сотрудничества. Новый союз России и Америки метафорически переосмысливается скорее как брак по расчету, чем по любви, поэтому в политическом дискурсе востребованными оказались прежде всего фреймы, выражающие конфликтность и интриги обеих сторон.

Шарафутдинов Д. Р.

НОВАЯ ЭТНОГРАФИЧЕСКАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ” И ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ПОДЪЯЗЫКЕ ПОЛИТИКИ

В коммуникативной практике многих носителей современного русского языка, в том числе в политическом дискурсе, в последние 10-15 лет чрезвычайно широкое распространение получила специфическая новая этнографическая, этнолингвистическая и антропологическая “терминология” типа *лицо кавказской национальности* или даже *лицо азиатской (восточной, южной) национальности / внешности* (а также почти противоположное по значению *человек славянской внешности*) и т. п. Появившиеся в канцеляарско-чиновничьем подъязыке (прежде всего в официальных высказываниях сотрудников правоохранительных органов), подобные выражения затем покинули ту социально-коммуникативную сферу, которой обязаны своим происхождением, и быстро распространились в различных регистрах современной русской речи. Этот феномен обусловлен двумя основными причинами: во-первых, малой степенью осведомленности как истеблишмента, так и населения в целом в вопросах лингвистики, этнографии, антропологии и культурологии; во-вторых, совершенно определенными “антикавказскими” политическими мотивами и установками.

Люди, “нейтрально” употребляющие подобные “клише”, мало задумываются об их содержательных особенностях. Между тем, содержательные планы формул *лицо кавказской национальности* и *человек славянской внешности* “устроены” весьма нетривиально. Первая вроде бы манифестирует этнический признак индивида (“национальность”), вторая — антропологический, фенотипический признак (“внешность”). Однако при ближайшем рассмотрении выясняется, что оба выражения в этнографическом и в антропологическом отношениях соответственно несут квазиинформативный, “фантомный” характер и содержат внутренние противоречия.

Словосочетание *лицо кавказской национальности* может иметь различные содержательные интерпретации, но в любом случае не выдерживает последовательной этнолингвистической критики. Если данное выражение обозначает представителей всех этносов, населяющих Большой Кавказ, то в этом случае оно в полной мере касается и проживающих там русских, в том числе терских и кубанских казаков, что явно не соответствует сложившейся традиции его употребления. Если же под ним имеются в виду представители лишь коренных, исконных *кавказских* этносов, которые говорят на языках автохтонных *кавказских* языковых семей (картвельской, абхазо-адыгской и нахско-дагестанской), распространенных только на Кавка-

зе, то в таком случае оно неприменимо, например, к армянам, осетинам, татам (индоевропейская языковая семья) или к азербайджанцам, карачаевцам, балкарцам (тюркская семья), что также не отвечает интенциям тех, кто его употребляет. По-видимому, формула *лицо кавказской национальности* отражает интуитивное собирательное представление в массовом сознании как раз об определенных *антропологических* характеристиках — некоем типовом внешнем облике неславянских жителей Кавказа вообще.

Следует иметь в виду, что, с одной стороны, на территории Кавказа живут (причем веками) не только так определяемые “лица кавказской национальности”, а с другой стороны, сами “кавказцы” проживают (и тоже веками) не только на Кавказе и как внутри, так и за его пределами имеют разное этническое самосознание и различные антропологические приметы. Существуют многочисленные примеры самых разных комбинаций соответствующих признаков. Так, известный российский актер Дмитрий Харатьян в плане национальной принадлежности определяет себя как армянина, однако в этом случае едва ли кто-либо может применить выражение *лицо кавказской национальности*.

Еще более бессодержательны выражения типа *человек славянской внешности*. Вообще говоря, так называемая “славянская внешность” (как и “азиатская”, “восточная”, “южная” и т. п.) чрезвычайно разнообразна. Ср., например, антропологические характеристики этнических русских — типичных представителей Русского Севера (например, архангельских поморов) и Русского Юга (например, терских казаков); а тем более, представителей северных и южных групп в рамках славянского мира в целом (например, белорусов и болгар). На индивидуальном уровне неспециалисту может быть очень трудно различить в этом отношении внешне подобных представителей славян и неславянских европейских народов (например, поморов и балтийцев, болгар и греков и т. п.). Принципиально то же касается и внешнего облика “кавказцев”. Он также может быть совершенно различным и во многих случаях вполне сходным с типовыми чертами других этносов, в частности, населяющих Северное и Восточное Средиземноморье.

**Шебалов Р.Ю.
Екатеринбург**

ИНВЕКТИВНОЕ ПРОЗВИЩЕ И «ГРЯЗНЫЙ» PR: К ВОПРОСУ О ПОЛИТИЧЕСКОМ АБСУРДЕ

Одним из неотъемлемых элементов любой политической кампании являются предвыборные дебаты между кандидатами. При этом такое политическое «соревнование» может происходить как в очной,

так и в заочной форме, а также носить более или менее корректный характер. Не секрет, что чем ближе день голосования, тем агрессивнее и грубее политические конкуренты становятся друг по отношению к другу. Интересный пример художественно-публицистического осмысления подобного рода ситуации мы находим в фельетоне М.Твена «Как меня выбирали в губернаторы» (1870).

Автором комически изображается процедура выдвижения кандидата на пост губернатора штата. Завязкой становится решение героя-повествователя принять участие в предвыборной «гонке» в качестве независимого представителя: *«Несколько месяцев назад меня как независимого выдвинули кандидатом на должность губернатора великого штата Нью-Йорк»* [200]. При этом основным аргументом, опровергающим сомнения героя в необходимости баллотироваться, оказывается тот факт, что оба его конкурента – мистер Джон Т. Смит и мистер Блэнк Дж. Блэнк *«если и были когда-то порядочными людьми, то эти времена давно миновали»* [200]. За собой герой никаких прошлых «грехов» не знает, что и служит отправной точкой для выстраивания своеобразной комической модели опровержения этой установки. Автор фельетона использует здесь традиционный прием построения комического дискурса: «казалось – оказалось». По мере разворачивания предвыборной кампании общественная репутация главного героя страдает все сильнее и сильнее, его некогда доброе имя обрастает все большим числом самых немыслимых наветов и клеветы, не имеющей под собой никакого основания.

Немаловажную роль в построении цепи абсурдных обвинений играет тот набор инвективных прозвищ, которые оказываются приписаны герою и которые имеют под собой политические основания (стремление выставить политического конкурента в невыгодном для него свете перед избирателями). В самом начале фельетона герой назван своим основным именем: *Марк Твен*. Мы оставим в стороне сам факт совпадения имени главного героя фельетона и его реально-биографического автора. Скорее всего, в данном случае это может быть отчасти объяснено публицистичностью фельетона, освещающего острые социальные противоречия и недостатки. Более важной представляется оценочно-уничижительная парадигма прозвищ, которая выстраивается далее.

Во-первых, Марка Твена обвиняют в лжесвидетельстве с *«намерением оттягать у бедной вдовы-туземки и ее беззащитных детей жалкий клочок земли с несколькими банановыми деревцами – единственное, что спасало их от голода и нищеты»* [201]. Следствием такого обвинения стало прозвище, которым был наделен герой – *Гнусный Клятвопреступник Твен*. Во-вторых, герой оказывается

повинен в том, что «у его товарищей по бараку в Монтане то и дело пропадали разные мелкие вещи, которые неизменно обнаруживались либо в карманах мистера Твена, либо в его «чемодане» (старой газете, в которую он заворачивал свои пожитки)» [202]. Именно на этом основании герою приписывается прозвище «Твен, Монтанский Вор». Далее героя обвиняют в клевете на умершего родственника одного из политических конкурентов – Блэнка Дж. Блэнка, в связи с чем появляется прозвище «Твен, Осквернитель Гробниц». После этого следует обвинение в злоупотреблении спиртными напитками и прозвище «Твен, Белая горячка». Завершающим аккордом звучат обвинения в подкупе избирателей и в преступном вымогательстве денег. Соответственно, главный герой наделяется прозвищами «Твен, Грязный плут» и «Твен, Подлый Шантажист».

Необходимо отметить, что для англо-американской культуры наделение политических деятелей различными прозвищами является своеобразной социо-прагматической нормой. Ср., например, прозвища известного британского премьер-министра Маргарет Тэтчер: *Iron Lady, Cold War Witch, Thatcher the School-milk Snatcher* [Леонович 2002: 37]. Однако в контексте публицистического произведения подобного рода прозвища приобретают ярко выраженную игровую окраску. Это обусловлено как экспрессивными, открыто оценочными прилагательными, характеризующими носителя имени (*гнусный, грязный, подлый*), так и культурными пресуппозициями. Так, прозвище *Твен, Белая Горячка* мотивировано названием болезни, вызываемой чрезмерным употреблением спиртных напитков, которые являлись неизменным атрибутом жизни поселенцев Нового Света. Комическая окраска придается, в данном случае, несоответствием культурно закреплённых ассоциативных представлений, связанных с образом кандидата на пост губернатора, который должен вести приличный образ жизни и воздерживаться от пьянства, и потерявшем всякий человеческий облик «мертвецки пьяном субъекте, вползавшем на четвереньках в гостиницу, где проживает мистер Марк Твен» [203].

В целом можно отметить нагнетение политической тенденциозности во время развертывания избирательной кампании, что выражается в увеличении числа инвективных прозвищ, и росте абсурда, порождаемого парадоксальностью обвинений в адрес главного героя фельетона.

Шетэля В.М
Москва

О НОВЫХ НОМЕНКЛАТУРНЫХ НАИМЕНОВАНИЯХ В ТЕКСТАХ ПОЛЬСКОЙ ПЕРИОДИКИ

1. В связи с общественно-политическими реформами, проводимыми с 90-х гг. в Польше, в польскую терминологическую систему поступило значительное количество новых языковых единиц, называющих эти изменения и реформы.

Во-первых, изменилось официальное название государства – вместо *Polska Rzeczpospolita Ludowa* (сокр. PRL) было принято утвержденное Конституцией новое название *Rzeczpospolita Polska* (сокр. RP), которое затем вошло в общепольский речевой обиход и произвело изменения в названий Польского государства в других языках. См., напр.: англ. Republic of Poland, фр. Republique de Pologne, рус. Польская Республика.

Во-вторых, в польский речевой обиход вошли многие новые терминологические наименования для названия часто новых государственных структур и управленческого аппарата. Так, например, вместо двух названий для двух разных министерств – *Ministerstwo Oświaty* (Министерство просвещения) и *Ministerstwo Szkolnictwa średniego, Nauki i Techniki* (Министерство среднего образования, науки и техники) было принято единое название *Ministerstwo Edukacji Narodowej* (Министерство национальной эдудкации).

Другие примеры, в-третьих, поскольку служба общественного порядка стала подчиняться не местному МВД (новое название *Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji*), а главе польского государства, то наименования *milicja* и *milicjant* были упразднены, а вместо их были приняты названия *policja* и *policjant*. В этой структуре была изменена система полицейских степеней и званий, образцами напоминающие довоенные польские степени и звания. Напр.: *przodownik* – дословно «передовик», полицейский чин в довоенной и современной Польше, соответствующий воинскому «сержант»; *aspirant* – аспирант – младший офицерский чин в современной польской полиции. Омоним *aspirant*, русизм в польском языке (синоним *doktorant*) – аспирант – «обучающийся в аспирантуре».

2. В качестве примера на новое языковое образование последних месяцев, связанного с реформами в области образования и относящимися как к терминологии образования, так к транспорту можно привести слово *gimbus* – «гимбус» – слово-гибрид от слов *гимназия* и *автобус* для названия *гминного школьного автобуса* (*gminny autobus szkolny*, см.: журнал „*Polityka*», № 44, от 2 ноября 2002, с.30), что связано со школьной реформой, проводимой в Польше и проблемой вступления страны в Европейский союз (*Unia Europejska*, UE). Одно из условия вступления – высший процент граждан со средним и высшим образованием, поэтому были ликвидированы *гминные* (*gminne*- сельские) школы, а вместо их организованы хоро-

шо оборудованные районные гимназии, к которым учащихся принято подвозить специальными, окрашенными в желтый цвет, автобусами-«гимбусами».

Шинкаренкова М.Б.
Екатеринбург

РОК-ФЕСТИВАЛЬ «КРЫЛЬЯ»: ВЗРЫВЫ РЕАЛЬНЫЕ И МЕТАФОРИЧЕСКИЕ

Рок – это взрыв: именно так традиционно воспринимается русская рок-культура. Любой рок-автор – это **воин, сопротивленец**, он вместе с **армией** поклонников **взрывает мосты, пересекает границы, стреляет, рвется в атаку**. Его творчество – это **бомба**, его слова – выдернутая **чека**, осталось ждать взрыва.

Мы шлялись врозь, гонцы конца,

Чужие для родных,

И **миной** тикали сердца

Для тех, кто слышал их.

(Ретроспекция А. Дидуров)

И взрыв погромел 5 июля в Тушино, во время прохождения четвертого рок-фестиваля «Крылья», только и на сей раз рокеры стали не исполнителями, а жертвами.

«Зловещая символика взрывов на рок-фестивале очевидна, - тогда же написали Алексей Крымин, Георгий Энгельгардт, журналисты «Известий», выразив общее настроение того дня, - Взрыв – это рок. Рок – это судьба. Мы с вами каждый день, каждый час, каждую минуту, каждую секунду участвуем в фестивале Рока. Мы один на один с этим таинственным, непонятым, безумным злом, вдруг принимающим облик стройных женщин с поясами шахидов – этим странным аксессуаром самой Смерти. Им не страшно умирать. И потому не страшно убивать. Нам умирать страшно. И потому не должно быть страшно жить».

Сами же рок-авторы и участники фестиваля в Тушино в своих высказываниях, приняв общее настроение, оказались более сдержанными. Каждый из них должен был принять решение: продолжать фестиваль, или отказаться, бороться или сдаться. Большинство приняли решение не отступать, бороться: они выходили на сцену со словами соболезнования, с призывом жить. Диана Арбенина начала свое выступление вне программы с песни «Звучи», «Би-2» – «Остаться в живых», а Гарик Сукачев вновь напомнил о неизвестном солдате, погибшем в Брестской крепости и оставившем на ее стенах предсмертное завещание: «Я умираю, но не сдаюсь».

После в своих творческих отчетах о фестивале большинство говорило о празднике жизни, впервые отказавшись от традиционного сравнения с войной, оккупацией. В нашей работе мы представим

сравнительный анализ двух наиболее ярких отчетов за 2002-2003 года: Михаил Марголис «Фестиваль "Крылья": цивилизованный оттяг» (2002) и Сергей Терентьев «Мой комментарий относительно театра в Тушино» (2003).

Отчет Михаила Марголиса отличается использованием традиционных метафор, как правило, заимствованных из военной сферы. Так весьма распространенным и продуктивным для рок-культуры всегда являлось метафорическое представление о рок-фестивале, концерте как о **резервации, мероприятии строго режима**. Модель **резервации, тюрьмы** вызывает ряд стереотипных реакций: представление о местах заключения неразрывно связано в сознании людей с наличием колючей проволоки, жесткого режима, ощущением несвободы и насилия. «Самый масштабный московский рок-форум на открытом воздухе, прогремевший в минувшее воскресенье, напоминал унылую **резервацию**»; «до полудня форум казался **резервацией** и мероприятием **строго режима**».

Участники фестиваля автором представлены как некий материал, подверженный **сортировке, плавке, прессовке**.... «Меломанов повсеместно **сортировали**..., после начала действия у ворот тушинского аэродрома все еще **плавилась** от жары огромная, **спрессованная** металлическими ограждениями очередь желающих».

Соответственно и действия самих рокеров, описаны как военный **прорыв, взрыв**. «Самый масштабный московский рок-форум на открытом воздухе, **прогремевший** в минувшее воскресенье».

Использование данных моделей метафорического представления объяснимо рядом социокультурных причин: во-первых, напряженные отношения правоохранительных органов и рокеров, во-вторых, пафос борьбы, сопротивления, несогласия, характерный русскому року и порождающий особое настроение как исполнителей, так и зрителей.

Милитарная метафора, столь характерная для русского рока, практически отсутствует в отчетах о фестивале 2003 года. Рок-авторы, не отказались от борьбы, они выбрали иные средства сопротивления. Так Сергей Терентьев, назвал рок-фестиваль **пиршеством**. «Тушино, который вот уже четвертое лето подряд радушно принимает всех желающих насладиться музыкальным **пиршеством** в течение целого дня».

Участники фестиваля были представлены автором как вкусное угощение: «Фестиваль, который превратился в едва ли не в самый большой **джем** в истории живой отечественной музыки»; «Самой удивительно – тот факт, что коллектив (Группа «5'NIZZA» –

прим. М.Б.), где намешано столько не свойственных для средней полосы России стилей был успешно распробован собравшимися меломанами...».

Даже взрывы террористов стали лишь хлопком, фейерверком, громкой петардой, не омрачившими общего праздника. «На раздавшийся хлопок, напоминающий громкую петарду, и поваливший со стороны входа дым мало кто обратил внимания».

Изменения метафорического состава объяснимо. Во-первых, больше нет конкретного врага, он теперь абстрактен. Рок всегда боролся с общественным устроением, одним из воплощений которого были правоохранительные органы, нарушающие границы свободы. В данной ситуации рок и милиция оказались по одну сторону баррикад, а по другую – терроризм, как воплощения зла, несправедливости, смерти. Ни один из участников рок-фестиваля, да и большинство представителей рок-культуры не посмели обвинить во взрывах молодых девочек: виноваты не они, а общество, их воспитавшее, «вскормившее их войной». Подобная реакция представителей русского рока еще раз подтверждает тезис о том, что русский рок стремится к аполитичности, он уходит от конкретных политических проблем и лозунгов, так и не найдя виновника всех бедствий России в реальности. Россия сама зла, жестока, сама жизнь бьет нас и наказывает.

Отойдя от политики, русский рок обратился к народной и православной культуре, к традиционному на Руси способу борьбы со смертью и злом – к смеху, празднику, пиру.

Шишков Д.Ю.

Удмуртия

ПЕРЕВОД ОГРАНИЧИТЕЛЬНО-УСИЛИТЕЛЬНЫХ ЧАСТИЦ ALREADY, STILL В ПОЛИТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Лингвисты давно уже уделяют большое внимание проблемам перевода в художественной литературе отдельных классов слов, как, например: фразеологизмы или исторические реалии. В то же время политический текст представляет собой особую разновидность текстов, в котором важна любая деталь, так как в них порой вкладывается немаловажное значение. В связи с этим перевод ограничительно-усилительных частиц **already** и **still** представляется довольно интересным с точки зрения заключенных в них смысловых оттенков. Материалом для исследования послужили тексты публичных выступлений ряда видных английских политиков: Тони Блэра, Дункана Смит и других.

Иногда переводчику достаточно воспользоваться словарной статьей, чтобы перевести частицу **still**:

It is still almost impossible to comprehend what happened on that day, or to understand the hate that could motivate men to carry out such evil deeds (Duncan Smith).

В равной степени подходят такие варианты перевода, как «**До сих пор/ Как и тогда/ По-прежнему невозможно понять, что произошло в тот день...**». Однако не всегда выбор оказывается таким широким:

Crime is down on 1997, though still to high (Tony Blair).

В данном случае также можно пытаться перевести **still** как «по-прежнему»: **Уровень преступности ниже по сравнению с 1997 годом, и по-прежнему на высоком уровне**. Однако «по-прежнему» было бы уместно в целях придания высказыванию оптимизма: доходы падают, но по-прежнему на высоком уровне. В настоящем примере, исходя из такого перевода, следует, что политик доволен высоким уровнем преступности, что представляется странным.

Поэтому более предпочтительным представляется вариант перевода: **уровень преступности снизился по сравнению с 1997 годом, но все еще остается на высоком уровне**. Перевод с помощью наречия «все еще» позволяет сделать вывод о неудовлетворенности политика полученными результатами и о его стремлении достигнуть большего.

Вместе с тем переводчику не стоит ограничиваться лишь переводом с помощью словарных статей, а использовать и грамматические замены.

I refer particularly to two British Overseas Territories: Gibraltar and the Falklands. Here in a very tangible and emotional way sovereignty still matters (Ancram).

Обращает на себя внимание тот факт, что в данном случае оратор использовал инверсию, хотя в настоящее время считается, что это несколько устаревший прием. Не восклицательное предложение благодаря инверсии и вынесению на первое место союза *and* воспринимается именно таковым и привлекает внимание слушателей: **И здесь в реально осязаемом и эмоциональном виде суверенитет по-прежнему имеет значение**.

Однако в русском языке с его свободным порядком слов простое вынесение обстоятельства на первое место не придает ему никакой эмоциональной окраски. Для достижения этого эффекта переводчику необходимо поменять тональность предложения, его структуру: **Здесь в реально осязаемом и эмоциональном виде суверенитет по-прежнему что-то да значит**.

В отличие от частицы **still** частице **already** словари предлагают один вариант перевода: уже. Этого значения вполне хватает для пе-

ревода:

Labour are already spinning that they are going to lose 500 seats (Davis).

Лейбористы уже пытались убедить, что они готовы потерять 500 мест.

Но иногда недостаточно просто сказать «уже», так как это наречие ограничивает временные рамки лишь прошлым, хотя в английском языке *already* обозначает действие, имеющее отношение и к настоящему.

Already, hundreds of thousands of women are benefiting from the minimum wage and the National Childcare strategy (Tony Blair).

Поэтому в переводе стоит уточнить: **Уже сейчас сотни тысяч женщин получают выгоду от (повышения) минимальной зарплаты и Национальной Стратегии Заботы о Детях.**

А в некоторых случаях контекст вообще требует опущения наречия «уже»:

Lacking the vocabulary to describe the EU as it already exists, it is not surprising if people feel uneasy when they are told the EU is changing (Jack Straw).

В данном примере описывается ситуация на настоящий момент, которая не требует дополнительных пояснений о произошедших переменах (что подразумевало бы наречие «уже»): **Если не хватает словарного запаса описать ЕС таким, какой он есть, не удивительно, что люди чувствуют себя неуютно, когда им говорят, что он меняется.**

Таким образом, перевод ограничительно-усилительных частиц ***already*** и ***still*** требует от переводчика политического текста не механической их замены русскими эквивалентами, а целостного осмысления предложения и роли частиц в нем.

**Шкатова Л.А.
Челябинск**

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ

Психолингвистика – междисциплинарная дисциплина, которая приобретает всё большее значение как для теории коммуникации, так и для практики взаимодействия людей в разных сферах общения. Краеугольным камнем её является фактор человека, в том числе профессионала как реальной личности с определённой системой целей и мотивов, личным опытом, набором социальных ролей. «Предметом психолингвистики выступает языковая личность, рассматриваемая в индивидуально-психологическом аспекте» [Горелов И.Н., Седов К.Ф. Основы психолингвистики. М., 1998: 5]. В данном аспекте политическая речь может быть сведена к текстам речей человека,

который профессионально занимается вопросами внутригосударственного управления и международных отношений.

В докладе рассматриваются приёмы оценки речевого поведения политика, представленные в статье И. Волковой «Слово Путина. Что показал психолингвистический анализ устных выступлений и.о. президента России» в журнале «Эксперт» № 6 от 14 февраля 2000 г. и близких ей исследованиях: 1) отбор текстового материала; 2) способы отграничения собственных высказываний политика от спичрайтерского участия; 3) выделение концептов, на которых базируется картина мира языковой личности.

Основоположник психолингвистики Ч.Осгуд писал в работе 1954 г.: «...психолингвистика имеет дело с процессами кодирования и декодирования, поскольку они соотносят состояние сообщений с состоянием участников коммуникации» [Psycholinguistics / Ed. by Ch. E.Osgood. Bloomington, 1954: 4]. С этой точки зрения политическая риторика ориентирована на речь, которая воздействует на человека в сфере политики, а психолингвистический анализ высказываний сводится к характеристике языковых средств, с помощью которых изменяется состояние участников коммуникации. В этом аспекте лингвистический анализ сводится к выявлению культуры политической речи и (см., напр., «Культура парламентской речи». М.: Наука, 1994 и «Культура русской речи и эффективность общения». М.: Наука, 1996), а психолингвистический - к выявлению эффективности приёмов речевого воздействия (работы А.Н. Баранова, О.С. Иссерс, П.Б. Паршина, Г.Г. Почепцова и др.).

“Предметом психолингвистики является речевая деятельность как целое и закономерности её комплексного моделирования” [Леонтьев А.А. Психолингвистика. Л., 1967: 5-6]. С этих позиций психолингвистический анализ политической речи сводится к рассмотрению сложившегося восприятия деятельности государственной власти, партии или общественной группы в области внутригосударственного управления и международных отношений, у электората, что может быть определено в результате ассоциативного эксперимента. Например, ассоциации, связанные со словом ПОЛИТИКА : грязная 10, партия 9, грязь, Ельцин 8, страны, экономика 7 , внешняя, грязное дело, дерьмо 4, газеты, Горбачева, дрянь, ерунда, новости, правительства 3 [Русский ассоциативный словарь. В 2 т. Т. 1. От стимула к реакции. М., 2002: 475].

В докладе рассматриваются следующие вопросы:

- В чём сущность психолингвистического анализа?
- Что считать объектом психолингвистического анализа политической речи: тексты различных устных выступлений политика или

тексты, объединяемые содержательно?

Что признать предметом анализа: черты языковой личности политика, средства и приёмы воздействия, ассоциативные ответы на слова-стимулы, связанные со сферой политики или всё перечисленное в совокупности?

Чем политическая психолингвистика отличается от политической лингвистики?

Предлагается авторский взгляд на психолингвистический анализ политической речи через характеристику языковой личности, анализ политических текстов с точки зрения эффективности воздействия на электорат безотносительно к конкретному субъекту (корпус высказываний, принадлежащих политическому объединению или союзу), выявление скрытых смыслов и приёмов речевого воздействия в сфере государственных и межгосударственных отношений, определение обывательского (профанного, непрофессионального) восприятия субъектов и объектов политической деятельности посредством ассоциативного и других видов (методики семантического шкалирования, вероятностное прогнозирование, индексирование текстов) экспериментов. Приводится пример психолингвистического анализа политических речей местного лидера с использованием психотехнической матрицы речевого воздействия по методу Е.Е.Прониной [см. Пронина Е.Е. Психологическая экспертиза рекламы. М., 2000].

Обосновывается предложенный для обсуждения путь психолингвистического анализа политической речи: от текстов – к политической позиции – от позиции – к речевому поведению – от поведения к характеристикам языковой личности и прогнозам её речевой деятельности в сфере политики.

Шмелева Е.Я., Шмелев А.Д.
Москва

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЖИЗНЬ В ЗЕРКАЛЕ РУССКОГО АНЕКДОТА

Когда речь заходит о том, как политическая жизнь отражается в зеркале русского анекдота, сразу приходят в голову анекдоты о политических деятелях. Анекдоты о политических деятелях: президентах, депутатах, лидерах партий – появляются в разных странах и у разных народов (ср., например, анекдоты о Клинтоне, Буше-младшем или канцлере Коле). Анекдоты о советских политических деятелях: о Ленине, Сталине, Хрущеве, Брежневе и др. – были чрезвычайно распространены в советское время, существует также серии анекдотов о современных российских политиках, напр. Ельцине, Путине или Жириновском. Политик как герой анекдота должен обладать определенными узнаваемыми поведенческими и речевыми характеристиками, соотносимыми с поведенческими и речевыми характеристиками ре-

ального политика – прообраза анекдотического персонажа. Например, у Ленина как персонажа советского анекдота есть много характерных и известных всем носителям русского языка черт. Ленин – это невысокий мужчина в кепке, он картавит и вытягивает вперед руку характерным «ленинским» жестом, говорит речи с броневика, жену Ленина зовут Надежда Константиновна Крупская, его брата повесили. А, скажем, у Брежнева как персонажа анекдотов характеристик меньше – это густые брови, невнятная неразборчивая речь, чтение речей по бумажке и страсть к орденам и медалям. К анекдотам о политических деятелях примыкают и анекдоты о политических партиях или движениях: коммунистах, «Идущих вместе» и др. Заметим, что наши опросы показали, что речевые и поведенческие черты советских политиков – персонажей анекдотов советского времени – часто плохо известны современным российским школьникам. Они любят рассказывать политические анекдоты, которые они прочитали в сборниках анекдотов или услышали от родителей, но в их пересказе Ленин может сказать «сиськи-масиськи», а Брежнев начать картавить.

Кроме анекдотов о политиках существуют анекдоты, которые являются откликом на злободневные политические события, – это так называемые «анекдоты на злобу дня». В настоящее время благодаря Интернету можно проследить, насколько оперативно анекдоты реагируют на те или иные политические события. Как правило, первые анекдоты – отклики на какие-то события (войну в Ираке, пожар Останкинской башни или перепись населения в Российской Федерации) – появляются через два-три часа после того, как об этих событиях сообщают средства массовой информации. Часто такие анекдоты скоро становятся неактуальными и их перестают рассказывать, а иногда они просто становятся непонятными без специального напоминания о тех событиях, которым они посвящены. К этому же типу относятся и анекдоты, обыгрывающие те или иные неудачные поступки и высказывания политических деятелей.

В советское время существовал еще один тип политических анекдотов – это анекдоты, непосредственно не связанные с политикой и политиками, но отражающий «антисоветские» идеологические установки рассказчика и слушателей анекдота и таким образом получающих «политическую» составляющую. В каком-то смысле к этому типу относилась значительная часть всех анекдотов: этнических, сексуальных или бытовых. Такой тип анекдотов может существовать только в несвободном обществе; поэтому сейчас из-за того, что анекдоты утратили «антисоветскую» составляющую, многим людям кажется, что по сравнению с советскими временами анекдотов стало

намного меньше или они стали менее смешными.

Политическая жизнь не только является материалом для появления анекдотов, но и сама зачастую воспринимается через призму анекдота. Недаром анекдоты и цитаты из анекдотов так часто встречаются в выступлениях политиков, в газетных и журнальных статьях, теле- и радиопередачах и нередко служат аргументами в политическом споре. Ср.: «Присутствие на одном знамени орла и звезды неестественно. Как в том анекдоте про еврея в бане: вы либо крест снимите, либо штаны наденьте» (из выступления в Государственной Думе депутата от СПС Андрея Вульфа при обсуждении проекта нового знамени Вооруженных сил России в передаче газеты «Коммерсант», 5 июня 2003 г.); «И все будет как в анекдоте. Рабинович, не приходите к нам больше, после вашего прихода пропали ложки; вообще-то ложки нашлись, но осадок остался» (комментарий политического обозревателя Александра Архангельского по поводу обыска в офисе нефтяной компании ЮКОС, «Известия», 8 июля 2003 г.).

Шмелев В.А.
Москва

МЭР СТАЛИНГРАДА: АНАХРОНИЗМ ИЛИ СЕМАНТИЧЕСКИЙ СДВИГ?

Система наименований органов власти, должностных лиц и территорий в постсоветской России сложилась в результате смешения терминов, восходящих к разным периодам российской истории и к разным политическим традициям. В настоящее время для наименования территориальных единиц одного уровня используются термины *сельсовет*, *волость*, *район* и *уезд*, а для региональных законодательных органов в разных субъектах РФ - *Губернская Дума*, *Совет народных депутатов*, *Верховный хурал* и *Парламент*. Подобная разнородность и непоследовательность несвойственна устоявшимся терминологическим системам, в том числе в сфере лексики государственного управления.

При сохранении разнородности официальных наименований, используемых в нормативно-правовых актах и документообороте, в языке СМИ и политических текстах внутри этой группы лексики в последние годы значительно замедляются темпы изменений, и происходит определенная стабилизация. Например, такие термины как *губернатор* и *мэр* стали использоваться для наименования всех глав регионов и городов («Госссовет – это собрание *губернаторов*» (хотя официальные наименования должностей входящих в него глав регионов, не только *губернаторы*, но и *президенты*, *главы администраций* и т.д.), «*мэры* городов» (в том числе *глава администрации*

Калининграда)).

В неофициальном дискурсе (публикации в СМИ, политические тексты и т.д.) для наименования должностных лиц и органов власти прошлого (советского или досоветского периода) в последнее время часто используются современные наименования. В некоторых случаях можно думать, что это - журналистское незнание, но во многих случаях такое употребление выглядит как семантический сдвиг.

Князь Дмитрий Шаховской был одним из основателей конституционно-демократической партии дореволюционной России, депутатом первой Государственной Думы от Ярославской *области*. («Известия», 28.06.2003 г, №112 (26429), «Мемориальная доска князю Шаховскому открылась в Ярославле», стр. 13)

...наиболее вероятным преемником Михаила Бабича может оказаться нынешний полпред Чечни при российском правительстве Николай Айдинов. В советское время он был *префектом* одного из районов Чечено-Ингушетии, а затем ее *вице-премьером*. («Время новостей», 6.02.2003 г., №21 (696), статья «Бабич может уходить», стр. 1).

Иногда такой семантический сдвиг - сознательный журналистский прием, элемент игры (ср. у А. П. Чехова – «римский городской»).

Итак, весной 1812 года в нашем городе сменился *мэр* (говоря тогдашним языком – генерал-губернатор). Вместо пожилого Ивана Гудовича назначен был сравнительно молодой Федор Ростопчин («Известия», 29.03.2003 г., №55 (26372), Алексей Митрофанов «Сумасшедший губернатор», стр. 9).

Аналогичный семантический сдвиг происходит не только во времени, но и в пространстве, не ограниченном государственными границами. *Председатель горсовета* в КНР в газетной публикации может быть назван *мэром*, а *председатель Национального конгресса Испании* – *спикером парламента*.

[Из описания встречи *акима* Павлодарской области Казахстана:] В субботу бывший *губернатор* одной из крупнейших областей Казахстана Галимжан Жакиянов встретился с послом Франции («Коммерсантъ», 1 апреля 2002 г.).

Такая универсализация терминов (глава региона – *губернатор*, глава города – *мэр*, назначенный представитель главы в районе – *префект*, законодательный орган – *законодательное собрание* или *парламент* и т.д.) свидетельствует о закреплении в неофициальном русском дискурсе некоторой новой системы наименований должностей, органов власти и территорий, во многом не совпадающей с официальной терминологией, но значительно более упорядоченной и последовательной.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ТЕКСТ КАК СИСТЕМА

1. Современная лингвистика характеризуется появлением новых направлений, обусловленных интегративной тенденцией развития гуманитарных наук. Так, одним из предметов исследования является политическая коммуникация, которая отражает существующую политическую реальность, изменяется вместе с ней, участвует в создании политической картины мира в сознании человека. Изучение языка политики в процессе отражения описывает многообразные взаимоотношения между языком, коммуникацией, субъектами политической деятельности и политическим состоянием общества. Весьма ценным при этом является дискурсивный подход к исследованию политических текстов, то есть «исследование текста, погруженного в ситуацию реального общения, как сложного коммуникативного явления, включающего знания о мире, мнения, установки, цели адресата, необходимые для понимания текста» (Ю.Н. Караулов, В.В. Петров).

Наука сегодня не имеет единого понимания содержания и признаков политического дискурса. Изучению проблем дискурса и дискурсных практик посвящено множество исследований, авторы которых трактуют эти явления в различных научных измерениях. Лингвисты воспринимают и анализируют дискурс как речевую деятельность в определенной ситуации, проявляющий языковую специфику, уровень языковой компетенции, структурирующий социальную действительность. В работах последних лет дискурс определяется также как «характеристика коммуникативного своеобразия агента социального действия» (П.Б. Паршин).

Такой подход интерпретируется идеями М. Фуко, в соответствии с которыми под дискурсом понимаются «конкретные языковые практики, которые обеспечивают личностную идентичность, задают поле деятельности и устанавливают ее объекты и тематики». При этом оказывается совершенно очевидным противопоставление текста как «коммуникативного события» и текста как дискретной знаковой системы, что приводит к поиску решения вопросов, связанных с порождением и пониманием текста, с диалогической природой общения, со смыслом текста.

2. Совершенно ясно, что при коммуникативно-функциональном исследовании политического текста должна строиться коммуникативная модель представления текста. «Для лингвистики текста ... существенным является вопрос о тексте как процессе, и здесь структурная модель описания текста как самодостаточного герметичного

образования становится недостаточной...» (В.И. Карасик). Таким образом, такой признак текста как процессуальность смысла позволяет представлять текст как динамичную знаковую систему и структуру.

3. Одним из наиболее устойчивых и универсальных элементов, организующих систему смысла текста, или его тематическое единство, является концепт. При всем многообразии подходов к интерпретации концепта, отмеченных в лингвистических исследованиях последнего десятилетия, теория представления концепта как основной категории когнитивной лингвистики далеко не однозначна: от традиционной семантики слова как способа вербализации концепта до чистой идеи, не связанной с языковыми средствами. Между тем не вызывает сомнений необходимость исследования самих концептуальных структур («когнитивных карт»), организующих смысл текста. Представляя собой динамичные элементы системы смысла, концепты являются «контурами, конфигурациями, констелляциями некоторого будущего события» (Ж. Делез, Ф. Гваттари). При этом именно динамичность смысла, сочетание признаков системности и гибкости концептов составляют основную сложность исследования смысла текста. Являясь одно из текстообразующих категорий (как и смысловое и логическое строение), концепт образует тематическое и коммуникативное единство текста.

Володина М.Н.

Москва

РОЛЬ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ МИРА

Являясь важнейшим средством коммуникации и выражения мысли, язык одновременно выступает как инструмент, с помощью которого формируются новые понятия, во многом определяющие сам способ человеческого мышления. Выбор конкретных языковых средств оказывает влияние на структуру мышления и тем самым на процесс восприятия и воспроизведения действительности.

Познание, осуществляемое с помощью языка, способствует созданию картины мира, которая представляет собой целостную, содержательную интерпретацию окружающей действительности. Иными словами, это процесс построения особой концептуально-информационной модели действительности в человеческом сознании.

Закрепляя свои представления об окружающей действительности в особой системе знаков, человек тем самым превращает язык в основное средство конвенциональной и концептуальной ориентации в обществе. Следовательно, конкретный язык – не только знаковая

система, но и инструмент, по-своему координирующий социальное развитие человека – носителя данного языка. При этом слова (или языковые знаки) – это приобретение, хранение и репродуцирование информации об окружающей действительности. Нередко это и способ оценки, и акт конкретного воздействия на получателя соответствующей информации.

Общественно-политическая терминология представляет собой особый «канал» для создания в массовом сознании соответствующей картины мира. С помощью терминов общественно-политической сферы осуществляется интерпретация действительности на концептуальном уровне. В этой коммуникативной сфере *множественно повторяющийся контекст обретает системную силу*, которая конденсирует наиболее актуальный текстовый смысл, превращая его в термин, выступающий в роли символа.

Информация, конденсируемая в термине, рассматривается как специальное знание, которое фиксируется в концептуальном (понятийном) представлении носителей языка и вводится в языковое сознание. *Прагматическая ценность терминологической информации заключается в ее способности определенным образом влиять на поведение человека и его способ мышления*. Это относится как к научно-технической, так и к общественно-политической терминологии.

Информативность общественно-политической терминологии характеризуется открытой социальной позицией или ценностной установкой. Большую роль играет при этом сам выбор того или иного термина в конкретной ситуации. В общественно-политической терминологии слова используются как «мыслительные модели для восприятия мира», которые призваны служить социально-политической концептуализации действительности.

Термины как языковое выражение специальных понятий представляют собой особый способ репрезентации (специального) знания. С позиции современных исследований типовые когнитивные структуры, соответствующие распространенным и общепринятым ситуациям в коммуникативной общности, к которой принадлежит говорящий, определяются как *сценарии* и *фреймы*. Это стереотипные, специфические для конкретных социальных групп модели (со)знания.

Показательно, что слова *термин* (от лат. terminus – «граница», «предел») и *фрейм* (от англ. frame – «рамка») семантически манифестируют принципиально важное значение *ограничения*. Имеется в виду ограничение области специального знания, т. е. референтной области, ограничение участников (специальной) коммуникации и, наконец, ограничение или отбор языковых средств, необходимых для оптимизации общения в соответствующей специальной сфере.

В русле рассматриваемой проблематики заслуживает внимания понятие «коммуникативные и когнитивные концептуальные модели», которые используются для обозначения терминологических феноменов, свойственных только одному конкретному государственно-коммуникативному сообществу.

Так, многие термины из общественно-политической и социальной жизни по-своему «документируют» различные периоды существования России, давая свою интерпретацию новым понятиям. Ср., напр.,

середина/конец 80-х гг.: перестройка, гласность, демократизация общества, новое политическое мышление и др.

начало 90-х гг.: рыночная экономика, либерализация цен, приватизация собственности, ваучеризация и др.

Функционирование подобных терминов было вызвано конкретными социальными и общественно-политическими условиями. Эти термины как когнитивно-коммуникативные концептуальные модели представляют собой «языковой отпечаток» ментальной картины, существующей в сознании людей, относящихся к одной социально-исторической общности [Подробнее об этом см.: Володина М.Н. Когнитивно-информационная природа термина. М., 2000. С. 27–32.]

Санцевич Н.А.

Москва

ВАРИАТИВНОСТЬ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

1. Когнитивным называется подход к исследованию тех или иных объектов (не обязательно ментальной природы), допускающий при формировании гипотез об их устройстве и функциях апелляцию к ментальным категориям и при этом не требующий для своего обоснования психологических экспериментов» (Звегинцева, Паршин 1990, с.91). Когнитивный подход дает нам возможность представить функционирование языка непосредственно в его связи с окружающей действительностью путем выявления некоторых закономерностей его функционирования. Также он дает нам возможность описать сложные процессы передачи и обработки информации, которые связаны с использованием языка, участвующие в организации знания и представлений о мире. Как справедливо отмечают немецкие исследователи в своей коллективной монографии, каждое событие (Sachverhalt) может быть представлено различными высказываниями, а один и тот же факт реализуется в различных утверждениях. Сложность заключается в неоднозначном представлении о реальности (Dittmann, Marten, Schlecker 1976, S. 177), а, следовательно, при

обработке поступающей информации используются различные представления о мире. Все эти процессы занимают центральное место в процессе массовой коммуникации.

2. Языковые структуры в памяти человека репрезентируют внешний мир во всех его связях и взаимосвязях, отражая взаимодействие между психологическими, коммуникативными, функциональными и культурными факторами (Ченки 1997, с. 340). В связи с этим мы вправе говорить о ЯКМ, которая формируется и репрезентируется в результате когнитивных способностей человека, в результате чего это дает нам возможность рассматривать тексты массовой коммуникации не как некий самостоятельный элемент действительности, а как «результат совокупной деятельности людей и организаций, занятых в производстве и распространении информации» (Добросклонская 2000, с.181). Вследствие этого факта задается справедливый вопрос: «Почему за рубежом деформирован образ России?» (Слущкий 2001). Ответ на этот вопрос дает немецкая исследовательница Бельке, объясняя деформацию образа России предрассудками, возникшими еще несколько сотен лет назад и которые репродуцируются в общественном сознании посредством СМИ (Böhlike 2002, S. 576). Таким образом СМИ играют существенную роль в формировании действительности.

3. Нами были проанализированы следующие периодические издания за 1990-2001 года: «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Der Spiegel»; «Независимая газета», «Итоги». Предпосылками для выбора изданий послужили следующие: 1) издания должны быть надрегиональными (überregional) с целью более полного освещения событий в России, 2) издания должны иметь репутацию объективных.

4. Одной из основных составных частей картины мира является образ действительности, который в свою очередь членится еще на несколько подкатегорий, одна из которых именуется система метафор (Паршин 2000). И. Левенберг характеризует метафору как «предложение к особому видению мира» (proposal about how to see the world) (Loewenberg 1975, p. 323). Ср. «Как драгоценные сокровища и кристаллы культурных конфигураций метафоры отражают те изменения, которые происходят на ментальном уровне» (Briese 1998, S. 14). В печатной периодике мы имеем дело с одной и той же реальностью (событиями в России), действующими в ней субъектами (политики, чиновники, народ), но каждый раз эта действительность преломляется, рисуется по-разному. Политика может представляться театральным действием, где актерами являются действующие политики, а буквально через несколько абзацев читатели оказываются в животном мире, где политики уже играют не роль театральных акте-

ров, а предстают нам в качестве животных. Такое употребление метафоры служит для того, чтобы понимание всего текста проходило быстро и автоматически (Handler, 1996, S. 15).

Метафора, играя роль призмы, является эффективным средством вторичной номинации, обеспечивая при этом рассмотрение вновь познаваемого через уже познанное. Р. Везель отмечает, что с помощью метафор конституируется проблематика в своей структуре и своем своеобразии и таким образом часто незаметно для реципиента формируется видение мира и его оценка (Wesel 1995, S. 211-212). Данный процесс возможен благодаря тому, что метафоры в качестве имплицитных моделей очень экономным и элегантно образом осуществляют функцию упрощенной и осмысленно упорядоченной обработки информации (там же, с. 212).

5. Еще в 70-х годах П. Рикер говорил о **моделирующей** функции метафоры, которая способна изменить наше видение мира, способ восприятия вещей (Рикер 1990, с. 425), то есть привести к вариативной интерпретации действительности или, иными словами, процесс метафоризации приводит «к получению нового знания о мире и к оязыковлению этого знания. Здесь моделирующая функция метафоры тесно переплетается с **когнитивной**. Вообще, любая когнитивная модель отражает мир, исходя из запросов и способностей автора. Здесь встает вопрос о модальности, под которой понимается отношение высказывания к реальности. Объективная модальность выступает как критерий онтологического соответствия. А под субъективной модальностью понимается отношение автора высказывания к предмету высказывания. Не вдаваясь глубоко в теорию истинности высказывания, мы определяем авторскую модальность как субъективную, считающуюся объективной. Отсюда следует, что когнитивных моделей одного и того же фрагмента мира теоретически, да и практически тоже (на практике мы не раз с этим сталкиваемся) может быть сколько угодно, и все они будут истинны в силу объективности субъективной авторской модальности.

С целью более наглядной демонстрации функционирования метафорической модели используется такая когнитивная структура как фрейм, который описывает некую стандартную, стереотипную ситуацию, с которой человеку приходится повседневно иметь дело. Степень детализации знаний, а также иерархическая структура метафорической модели может быть наглядно представлена выделением слотов. Следует сразу же оговориться, что в «когнитивной семантике в отличие от структурной лингвистике не ставится задача выработать четкую методику выделения и дифференциации фреймов и слотов в составе модели» (Чудинов 2001, с. 175). Поэтому построенная ниже

для каждой метафорической модели система фреймов и включенных в нее слотов отражает: во-первых, в случае типизированного выделения фреймов наивную картину мира, исходя из того положения, что таковая образовалась в сознании большинства людей в процессе их когнитивной деятельности, и данная система фреймов не претендует ни в коем случае на объективность, если построение системы фреймов, относящейся к сфере «Болезнь», осуществляет дипломированный медик. Его классификация будет иной, признаем более правильной, а соответственно и более объективно отражающей реальный фрагмент действительности, но данная классификация будет чуждой, непонятной массовому сознанию. Во-вторых, система фреймов отражает анализируемый языковой материал, а точнее его интерпретацию. В-третьих, текст является некой «надстройкой» на когнитивной базе, которая может имплицироваться коммуникантами, но не эксплицироваться в самом тексте. Автор переводит когнитивные структуры в языковые, предполагая, что реципиент этой информацией не владеет, оставшаяся невербализованная фоновая информация может достраиваться в сознании реципиента и заполнять соответствующие ей слоты. Этим фактом может объясняться в общем виде различие типизированной системы фреймов и построенной на языковом материале.

6. В ходе исследования в немецкой и российской периодической печати были выделены следующие метафорические модели: модель пути, театральнo-кинематографическая модель, игровая, военная, механическая, монархическая, архитектурная, зооморфная и медицинская модели (именуемые в дальнейшем параметрами вариативности языковой картины мира) и построены соответствующие им фреймо-слотовые структуры.

Анализ языкового материала позволяет нам сделать следующие выводы:

В рамках российской и немецкой периодической печати существует несколько запечатленных в лексике отраженных миров. Они воспринимаются реципиентами как варианты одного внешнего мира вследствие обращения в рамках одного текста (статьи) сразу к нескольким когнитивным метафорическим структурам.

Представленность и структура метафорических моделей в российской и немецкой периодической печати не одинакова. Следовательно, факт вариативности действительности имеет место быть не только в рамках одного языкового ареала. Таким образом, существует два типа демаркационных параметров вариативности действительности: в пределах одного языкового ареала (несколько языковых проекций одной действительности, например в немецкой и россий-

ской периодической печати Россия представляется одновременно и как больной организм, и как механизм; в пределах разных языковых ареалов (отсутствие слота в модели в немецкой периодической печати и его наличие в модели российской периодической печати).

Еремина С.А.
Екатеринбург

РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ ПОЛИТИКА

Несмотря на то, что понятие речевого портрета ново в лингвистике, остаются нечеткими границы смыслового поля данного лингвистического термина. В современном отечественном языкознании наметилось три направления характеристики речи говорящего:

1) выявление общих особенностей языка у совокупностей лиц, объединенных по каким-либо общим признакам (страна, уровень образования, профессия, пол, возраст, интересы и т.д.). Таким образом, получается собирательный речевой портрет людей, объединенных общей профессией, интересами и т.д.

2) описание речи отдельных лиц через изучение особенностей их речи на всех уровнях языка, специфики их речевого поведения, учитывающее их личные и профессиональные свойства, особенности их биографии и условия освоения русского языка. В данном случае мы рисуем индивидуальный речевой портрет

3) изучение судьбы отдельных особенностей русского языка в речи человека определенной эпохи. Результатом такого исследования является собирательный или индивидуальный речевой портрет человека конкретной эпохи.

В выше перечисленных направлениях речевой портрет создается в основном с опорой на форму языка (диалектная, просторечная, жаргонная или литературная), в рамках которой с учетом ситуации общения говорящий реализует себя как языковая личность. Во всех направлениях речь рассматривается с позиции говорящего. Статус речевого портрета, на наш взгляд, более сложен.

Речевой портрет понимается нами как **мнение о говорящем** (образ говорящего), которое формируется **у слушающего** в момент речи.

Речевой портрет в этом случае характеристика речи говорящего **с позиции слушающего**. При этом дается не только полная характеристика речи (она, кстати, может быть и не полной), но речь оценивается этически и эстетически. Портрет как один из главных жанров изобразительного искусства есть изображение (образ) какого-либо человека либо группы людей (групповой портрет), существовавших или существующих в действительности. Вместе с внешним сходством портрет запечатлевает духовную сущность изображаемого чело-

века (модели). Художник же, создавая портрет, является носителем определенного культурного мира, который так же отражается в созданном портрете (к примеру, портреты А.С. Пушкина, созданные Кипренским и Тропининым).

Речевой портрет включает не только описание объективного состояния речи говорящего, но и субъективное мнение слушающего.

Люди судят друг о друге по внешности, речи и поведению, и это суждение во многом опирается на стереотипы. Речь говорящего указывает на физическое, психическое, социальное состояние человека (социальное в широком смысле этого слова – тип человека, класс, категория: пол, возраст, происхождение, и т.д.). Слушающий не машина, он все не фиксирует, да ему это и не нужно. Он отмечает характерные черты в речи говорящего и создает свой индивидуальный речевой образ, образ же этот рисуется ему с учетом собственных стереотипных представлений: физических, психических, социальных и языковых. К примеру, слушающий не владеет акцентологической нормой и правильная речь говорящего покажется ему вычурной. “Хочет быть не таким, как все”, – скажет слушающий и опишет говорящего отрицательно. Или нарушения нормы в речи говорящего, человека образованного, могут быть рассмотрены слушающим, грамотным человеком, в качестве игры, шутки.

Общеизвестно, что поведение в социуме подчинено определенному ритуалу и, характеризуя речь человека или группы людей, мы опираемся на стереотипы поведения и, речевого поведения в частности, данной социальной группы.

Вследствие высказанных мыслей, речевой портрет представляется нам многоаспектной моделью. Ее составляющие могут быть распределены следующим образом:

- Психологический аспект;
- Коммуникативный аспект;
- Лингвистический аспект.

Рассмотрим в качестве примера речевой портрет политика (собирательный и индивидуальный). Речь политика в большей степени, чем речь и речевое поведение людей других профессий, запрограммирована, подчинена ритуалу. Слушающему так же известен этот ритуал. Слушающий рисует себе образ говорящего по определенному стереотипу, устойчивому представлению о каких-либо явлениях или людях, свойственное ему как представителю той или иной группы.

Каким вам представляется образ политического официального лица? Отвечая на этот вопрос вы, вероятно, скажете – психологически он (политик) должен быть гуманистом, позитивно настроенным,

должен иметь конструктивный взгляд на жизнь. Далее – на коммуникативном уровне – это человек общительный, открытый тип собеседника, соблюдающий культурно-речевой ритуал в рамках национальных традиций. С лингвистической точки зрения этот человек должен быть образованным, являющимся носителем литературного языка.

Попробуем соединить идеальную модель и реальную. И построим частично речевой портрет политика.

И.С. Иванов, министр иностранных дел. По долгу службы И.С. Иванов выполняет миссию миротворца. Конструктивный взгляд на жизнь проявляется в его беседах и по поводу ситуации на Ближнем Востоке и по поводу отношений России с Европейским союзом. И.С. Иванов недавно опубликовал книгу «Внешняя политика России в эпоху глобализации», что говорит о высоком уровне образования говорящего. И.С. Иванов к тому же читает лекции в Московском государственном институте международных отношений. В коммуникативном плане это человек общительный, соблюдающий культурно-речевую рамку общения. Хотя он, скорее, закрытый тип собеседника: министр не всегда прямо отвечает на поставленные вопросы. Речь литературная, нормативная, ориентирована на ситуацию общения и поэтому доступна. Но построение предложения и подбор лексики говорят о книжном характере его речи.

В.В. Путин, президент Российской Федерации. В.В. Путина можно характеризовать как человека «гибкого», готового приспособиться к различным ситуациям, тем не менее это также позитивно настроенный человек. Для речи президента характерен жесткий контроль за содержанием и формой посылаемых речевых сообщений (часто встречающаяся фраза «буду краток»), снижение личностного начала (В.В. Путин очень редко употребляет местоимение «я», предпочитает «мы» и преимущественно строит предложения неопределенно-личные или безличные). Это закрытый тип собеседника, к примеру, на прямо поставленный вопрос во время телемоста «Почему гидроэлектростанцию строили все, а пользуются единицы» президент уходит от ответа. В.В. Путин четко определяет пространственные и временные границы ситуации взаимодействия, хотя часто выходит за пределы выбранной позиции, при этом нередко нарушает социально-ролевую рамку общения (официальное слово на пресс-конференции с Томом Блейером в Лондоне) Речь президента также литературная, нормативная, в большей степени книжная, чем разговорная, это объясняется заданной формой протокола. В целом вырисовывается достаточно ясный речевой портрет официального лица. Индивидуальные речевые портреты мы предполагаем рассмотреть в докладе на конференции «Политическая лингвистика».

КОММУНИКАТИВНЫЕ НЕУДАЧИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ТОК-ШОУ

Рассмотрим причины коммуникативных неудач в жанре политического ток-шоу, используя типологию коммуникативных неудач, излагаемую в работе «Культура русской речи» под ред. Л.К. Граудиной и Е.Н. Ширяева.

1. **Чуждая коммуникативная среда.** Эта причина почти постоянно присутствует на телепередачах. Это обусловлено тем, что разговор часто ведется в присутствии других лиц, кроме собеседников в студии присутствует технический персонал: операторы, техники и т.п. Нередко в студии находятся зрители, принимающие активное участие в обсуждении того или иного вопроса. Эти обстоятельства накладывают определенный отпечаток на процесс взаимодействия коммуникантов. Грубые вмешательства третьих лиц в разговор собеседников, различия в понимании нравственных норм, полярные оценки явлений и т.д. – все это приводит к коммуникативной неудаче. Например,

ТВ, канал РТР, передача «Вести +». 19 мая 2003 года

Тема: Легализация проституции

Ведущий: Дмитрий Федорович (Аяцков), как эту проблему решить?

В Жириновский (вместо Д.Ф): Он не слышит, он уже балдеет.

Здесь наблюдаеься грубое вмешательство в разговор третьего лица, причем с явно нетактичным замечанием.

2. **Нарушение паритетности общения..**

ТВ, канал ОРТ, передача «Основной инстинкт», 27 мая 2003 года

С. Сорокина (Н. Харитонову): Подождите. Я скажу. Вы уже всех забили.

Н. Харитонов: Да пусть они все молчат, я буду говорить.

ТВ, канал ОРТ, передача «Основной инстинкт», 27 мая 2003 года

Девушка из зала: Я о другом хочу сказать, о самом шоу бизнесе...

С.Сорокина, (перебивая): Как шоу бизнес сделать нравственным? Об этом поговорим.

Девушка не успела ответить, С. Сорокина обращается к другим. Оба примера иллюстрируют стремление одного участника разговора подавить другого, нетерпимость к собеседнику, стремление доминировать в общении. По сути дела, здесь отсутствует элементарная культура общения.

3. **Ритуализация живого общения** в общении собеседников.

ТВ, канал ОРТ, передача «Основной инстинкт», 27 мая 2003 года

С.А. Свиридова: Этим должна заниматься не Госдума.

Н Харитонов: Госдума выбрана народом. Вы что, против народа?

С. Сорокина: Ох, как повернул.

Н. Харитонов использует типичный прием советского времени – отождествление государственных учреждений и народа, государственных законов и воли народа, кроме того, подменяется тема разговора.

4. Неуместное замечание в адрес слушателя по поводу его действий, личных качеств, которое может быть истолковано как недоброжелательное отношение говорящего.

ТВ, канал НТВ, передача «Свобода слова», 9 марта 2003 года
Руслан Аушев: Я ем мясо и отжимаюсь от пола.

А. Мордвинава: У бизнесменов нет полового гигантизма. Полового, не от слова «пол».

Азалия Мордвинава использует языковую игру, пресекая самовосхваления Р. Аушева. Но в публичном разговоре такая форма неприемлема, так как она оскорбляет достоинство собеседника.

5. Коммуникативные неудачи, связанные с рядом обстоятельств, когда коммуникативные ожидания слушателя не оправдываются

Интервью с А. Вихаревым, заместителем председателя Совета Федерации.

Журналист: Почему спикер Миронов повесил на вас социалку?

А. Вихарев: Я по распоряжению Сергея Михайловича курирую следующие сферы: местное самоуправление, природные ресурсы и экологию, агропромышленный комплекс, молодежную политику, физкультуру и спорт...А спикеру благодарен за то, что дал мне возможность расширить свой кругозор и потенциал.

Коммуникативная неудача связана с отступлением журналиста от норм русского литературного языка и употреблением в интервью жаргонного слова «социалка», хотя собеседник воспринимает это слово как нормативное и серьезно отвечает на вопрос, но это может быть неприемлемо для аудитории.

На наш взгляд, в качестве причин коммуникативных неудач может выступать также отсутствие в некоторых телевизионных программах конвенционального ограничения, т.е. несоблюдение простых этических норм: вмешательство в частную жизнь собеседника, выне-

сение ее на публичное обсуждение, полное отсутствие этикетных формул в речевом общении.

Подписано в печать 23.07.03. Формат 60x84/16.
Бумага для множительных аппаратов. Печать на ризографе.
Усл. печ. л. 12,0. Тираж 100 Заказ
Оригинал макет отпечатан в отделе множительной техники
Уральского государственного педагогического университета
620219 Екатеринбург, ГСП – 135, пр. Космонавтов, 26
E-mail: uspu@diapup.uk.ru