

Федеральное агентство по образованию
Государственное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
«Уральский государственный педагогический университет»



СОВРЕМЕННАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Материалы
Международной научной
конференции

Екатеринбург 2009

УДК 81'27

ББК Ш 100.3

С 56

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

доктор филол. наук, профессор А. П. ЧУДИНОВ

Члены редакционной коллегии:

кандидат филол. наук М. Б. ВОРОШИЛОВА

Н. И. ГРИГОРЬЕВА

С 56 **Современная политическая коммуникация:** Материалы Международной научной конференции. Екатеринбург, 21-24 сентября 2009 / Урал. гос. пед. ун-т; Гл. ред. Чудинов А. П. – Екатеринбург, 2009. – 234 с.

УДК 81'27

ББК Ш 100.3

Представлены материалы Международной научной конференции «Современная политическая коммуникация» (21-25 сентября 2009).

Конференция призвана способствовать обмену новейшей информацией в области политической лингвистики, а также в сфере взаимоотношений языка, культуры и общества. Материалы предназначены для филологов, политологов, социологов и всех тех, кто интересуется проблемами политической коммуникации.

Издание материалов научной конференции осуществлено при финансовой поддержке РГНФ, проект № 09-04-140072г.

P.S. Статьи выходят в авторском варианте, редакция не несет ответственности за их содержание и оформление.

© ГОУ ВПО «УрГПУ», 2009

© Современная политическая коммуникация, 2009

СОДЕРЖАНИЕ

Антонова Ю.А.	Лингвистическая экспертиза: опасность семантической валентности.....	10
Артемова И.Ю.	К вопросу о развитии жанра официального веб-сайта в современном политическом дискурсе.....	14
Багичева Н.В. Черник В.Б.	Политика противопожарной безопасности в СМИ.....	16
Балашова Л.В.	Образ России в зеркале концептуальной метафоры (на материале политического телешоу «К барьеру»).....	19
Борисова Е.Г. Некрасова К.И.	Любите ли вы демократию? (Оценочный потенциал общественной лексики).....	22
Боярских О.С.	Речевые приемы коррекции модели мира адресата в политическом дискурсе.....	23
Будаев Э.В., Чудинов А.П.	Лингвистическая советология в годы холодной войны.....	26
Бушев А.Б.	Блогосфера: особенности политического дискурса.....	32
Вепрева И.Т.	Имплицитное представление политического в таблоидных изданиях.....	34
Веснина Л.Е.	Метафорическая модель «Мигрант – это раб».....	36
Ворошилова М.Б.	Прецедентные имена советских политических лидеров в поэзии Ю. Шевчука.....	38
Ворошилова М.Б. Чемагина А.В.	Советские прецедентные феномены в рок-альбоме Е. Летова «Красный альбом»	41
Григорьева Н.И.	Образ молодежи в политической коммуникации КПРФ.....	44
Григорьева Н.Ю.	Речевое воздействие комикса как средства политической коммуникации.....	46
Гуляева Т.В.	Представление национальной идентичности в американском официально-политическом дискурсе.....	47

Гуреева А.М., Мишланова С.Л.	Реализация образовательной политики в британских и российских СМИ.....	50
Данилевская Н.В.	Коммуникативные стратегии и тактики в дискурсе «восьмидневной войны».....	51
Дементьев В.В.	Образы старых и новых «хозяев жизни»: концепты <i>светский</i> и <i>гламурный</i> в современном русском языке.....	53
Дементьева М.К.	Языковые средства выражения оценки в современном русском официальном политическом дискурсе.....	56
Дунев А.И.	Интен-анализ грамматических категорий в политических текстах.....	60
Еремина С.А.	Авторитет ученого и частный случай расширения значения слова и сферы его употребления в современной общественно-политической жизни.....	62
Жикеева А.Р.	Языковая политика в Республике Казахстан.....	65
Завьялова Н.А.	Дискурс извинения в японо-китайский отношениях по вопросу военного конфликта в Нанкине.....	69
Зайцева Е.Л. Харитоновна Л.А.	Языковые средства оценки общественно-политической жизни в России (на материале французских политических дискурсов).....	71
Иванова С.В.	Культурно-языковой знак как единица лингвокультурологического исследования политического дискурса.....	74
Ильина О.В.	Стереотипы в предвыборных текстах.....	77
Иссерс О.С. Шейкман М.М.	«Кремлевский репортаж» начала XXI века: метаморфозы жанра.....	79
Каблуков Е.В.	Фамильярность как характерная черта современного русского политического дискурса.....	81

Каксин А.Д.	Политический подтекст околонуучных текстов, адресованных в управленческие структуры региона.....	84
Калкабекова Д.Б.	К вопросу о метафоре <i>sosед</i> в публицистическом дискурсе Казахстана.....	86
Кара-Мурза Е.С.	Речевое преступление как проявление конфликтности политической коммуникации.....	88
Карпова Т.Б.	Персональные сайты пермских политиков глазами лингвиста.....	91
Карпушева А.В.	О структуре имиджа лидера в американском политическом дискурсе.....	93
Карякин А.В.	Речевая агрессия как следствие агональности политического дискурса.....	96
Кашкин В.Б., Шилихина К.М.	Ирония в политическом интервью	98
Керимов Р.Д.	О лингвистическом исследовании политической метафоры.....	101
Клочко Н.Н.	Quid hoc hominis est? // Что это за человек? (этнокультурный портрет президента Латвии В. Вике-Фрейберги).....	104
Кондратьева О.Н.	Концепт «власть» и специфика его реализации в текстах Древней Руси.....	107
Коробкова О.М.	Концепты «Власть», «Страх» в политическом дискурсе сталинской эпохи (конец 20-х – начало 50-х годов XX века).....	110
Котюрова М. П.	Стилистическая модальность текста политической направленности.....	113
Кошкарова Н.Н.	Конфликтное коммуникативное поведение собеседников в политическом интервью...	116
Крапотина Т.Г.	Фразеологические вкрапления как средство создания выразительности в речи современных политиков.....	118
Красильникова Н.А.	Метафорический образ Грузии на британ-	

	ских сайтах	121
Кручинкина Н.Д.	Метонимия в политических текстах	123
Кузнецова Ю.Е.	Краткий сравнительный анализ отражения концепта «Власть» в русском фольклоре и сознании современного человека начала XXI века.....	126
Купина Н.А.	О принципах типологии советизмов.....	127
Курнос Д.Д.	Праворадикальный политический дискурс современной Великобритании.....	129
Леви Ю.Э.	Формирование современного образа России в текстах зарубежных СМИ.....	131
Макеева С.О.	Лошади в политическом обзоре.....	134
Манаенко Г.Н.	Проблема факта в политической коммуникации.....	136
Марьянчик В.А.	О чем говорит «золотая середина» медиа-политического текста?.....	140
Михайленко В.В.	О динамической модальности в политическом дискурсе.....	142
Мишланова С.Л. Полякова С.В.	Социальная политика здравоохранения: анализ американских и русских блогов.....	145
Нахимова Е.А.	Прецедентность как составляющая речевого портрета.....	147
Нечаева Е.А.	PR-дискурс как часть современного политического дискурса.....	148
Никонова Ю.И.	Оценочная метафора в фельетонах на политические темы.....	150
Осипова М.В.	Фреймы низкой степени имплицитности в дискурсе костанайских политиков.....	153
Пермякова Т.М.	Дискурс-анализ межкультурного конфликта.....	155
Пименов Е.А.	Антропоморфизм власти (особенности концептуального анализа).....	158

Пименова М.В.	Политические метафоры: особенности публицистического дискурса 2005 и 2009 гг.	160
Плотникова А.В.	Репрезентация слота «деятельность компании» в англоязычных бизнес-новостях..	165
Полякова Л.С.	Гендерные стратегии в предвыборно-агитационном дискурсе.....	167
Попова Э.Ю.	Обсуждение ЕГЭ: коммуникативная компетенция представителей власти и ответственности.....	169
Потапчук Е.Ю.	Роль метафоры в политической коммуникации.....	173
Потсар А.Н.	Политический роман в современной политической коммуникации.....	176
Ракитина Н.Н.	Англоязычные политические аббревиатуры в русском политическом дискурсе.....	178
Садуов Р.Т.	Манипулятивный потенциал когнитивных нарушений в политическом дискурсе.....	180
Садыхов Р.Р.	О современных лингвистических терминах языковой игры в политической речи.....	182
Салдецкая О.И.	Стертая антропоморфная метафора как средство формирования языковой политической модели мира.....	184
Самойлова К.А.	Время сновидений: нарратив войны в латышской политической логосфере.....	187
Сурина А.В.	Роль мемуаров в создании политического имиджа.....	189
Суспицына И.Н.	Какого цвета кризис в России?.....	192
Сухарева О.Э.	Подходы к убеждению в западной коммуникативистике.....	195
Тагильцева Ю.Р.	«Молочный конфликт» между Россией и Белоруссией в освещении СМИ: от войны к миру.....	197
Тихонова С.А.	Концептуализация зла в политическом	

	дискурсе России и США.....	200
Филатова К.Л.	Слова президента: к вопросу о языковом взаимодействии Николя Саркози и современного французского общества.....	203
Фокина О.В.	Интертекстуальные игры в медиа-политическом дискурсе.....	205
Фоминых С.С.	Персуазивные риторические средства в политических плакатах (на материале плакатов ГДР).....	208
Халатян А.Б.	Особенности реализации коммуникативных стратегий в предвыборном дискурсе..	210
Хренова А.В.	Некоторые особенности концептов <i>президент</i> и <i>president</i>	214
Цонева Л.М.	Болгарские выборы на фоне глобального кризиса.....	217
Цыганкова А.В.	Отзоонимные прилагательные в современных СМИ.....	218
Чистова С.С.	Прецедентные феномены со сферой-источником «политика» в рекламном дискурсе.....	219
Шмелева Е.Я.	Цитаты из анекдотов в постсоветском политическом дискурсе.....	222
Шумская Э.Н.	Казахстанская монархическая метафора...	224
	Сведения об авторах.....	227

Антонова Ю.А.
Екатеринбург, Россия

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА: ОПАСНОСТЬ СЕМАНТИЧЕСКОЙ ВАЛЕНТНОСТИ

Большой интерес к лингвистической экспертизе обусловлен ростом юридической грамотности населения: человек понимает, что теперь настала пора, когда он должен отвечать не только за свои действия, но и за слова. Клевета, оскорбление или распространение не соответствующих действительности сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию – все это может повлечь за собой уголовную ответственность, следовательно, возникает необходимость синтеза двух областей знания: юриспруденции и лингвистики. Лингвистическая экспертиза – это, на наш взгляд, скорее «модный» инструмент судопроизводства, при помощи которого пиарятся звезды шоу-бизнеса (Ф. Киркоров и «розовая кофточка»), решают предвыборные споры политики (кто кого и как дискредитировал в глазах электората), а не инструмент защиты прав и свобод личности.

К вопросу о лингвистической экспертизе (о том, что представляет собой данный акт и КТО имеет право ее проводить) мы решили обратиться в связи с судебным делом школьника Тагира Керимова. Как известно, эксперт Центра судебных экспертиз Северо-Западного округа Петербурга Елена Кирюхина не посчитала лозунги в адрес мальчика «Бей хача!», «Мочи хача!», «Убивай хача!», «Бей черных!», «Россия для русских!» – направленными на разжигание межнациональной розни и унижение человека по национальному признаку. Данные выводы эксперта, по мнению специалистов, теперь помогут уйти малолетним преступникам от ответственности. Для того чтобы оспорить выводы Е. Кирюхиной, мы обратились к словарям (суды воспринимают словари как наиболее легитимные источники) и непосредственно к самому акту экспертизы. Оговорим, что мы не ставили перед собой задачу глубокого психолингвистического анализа, претендующего на оспаривание вопроса в суде, но хотелось бы обозначить очевидные моменты, которые указывают на однобокость экспертизы Е. Кирюхиной.

Согласно тексту экспертизы, Е. Кирюхина провела анализ при помощи нескольких методов, одним из которых является психолингвистический (по крайней мере – так в тексте экспер-

тизы заявляет автор). Данный метод, на наш взгляд, действительно является оптимальным, так как позволяет рассматривать слово не само по себе, а в контексте, с позиций прагмалингвистики, то есть, учитывая интенции слова. Об этом же говорит В.Я. Колдин: «В центре внимания лингвистической экспертизы оказываются центральные категории прагматики – категория субъекта, события, оценки. В связи с субъектом перед лингвистикой встают вопросы об интенции говорящего/пишущего (в терминах юриспруденции – об умысле) и способах ее экспликации, перед юриспруденцией эти вопросы оборачиваются проблемами квалификации правонарушений по гражданскому или уголовному кодексу РФ» [Колдин 2000: 691]. Но эксперт Е. Кирюхина, заявив в соответствующем параграфе о предпочтении психолингвистического анализа, при самом разборе использует только толковые словари (тем самым ограничивается лишь семантическим анализом). Тогда как на наш взгляд, было бы уместнее использовать, например, Русский ассоциативный словарь под редакцией Ю.Н. Караулова, который позволяет рассматривать слово в контексте. В данном словаре к слову-стимулу дано несколько реакции, которые очевидно демонстрируют коннотативную нагрузку слова в сознании носителей русского языка. Обратившись к словарю, мы видим, что слово «черный» (из лозунга «Бей черных!») представлено следующими ассоциациями: «грузин», «худший», «недруг», «черт», «чурка». Слово «хачик» – ассоциацией «чурка», а лексема «чурка» – ассоциациями «балда», «грузин», «грубиян», «грязный». То есть данные слова не только отсылают к национальному признаку, но и дают ряд характеристик, приписываемых данной национальности. Исследователь и эксперт Е.А. Колтунова отмечает, что «выражение оценки распознается в тексте по наличию определенных оценочных слов и конструкций, в значении которых можно выделить элементы хороший-плохой, добрый-злой, чистый-грязный и др. <...> резкая отрицательная оценка лица, осуществляемая с помощью слов <...>, обозначающих лиц со специфическим анти-социальным поведением, представляет собой оскорбление» [[http://koltunov-nn.ru/modules /pages/main/publications/expertiza.html](http://koltunov-nn.ru/modules/pages/main/publications/expertiza.html)]. В данном случае, на наш взгляд, инвективность вообще перерастает в прямую языковую агрессию («Мочи хача!», «Убивай хача!»). Языковая агрессия – это форма речевого поведения, нацеленного на оскорбление или преднамеренное причинение вреда человеку, группе людей, организации или обществу

в целом (см. Материалы к энциклопедическому словарю «Культура русской речи», вып. 1 (8), Красноярск, 1999, с. 96). Согласно типологии инвективной лексики и фразеологии, разработанной российскими экспертами-лингвистами, фразу «Бей черных!», нагруженную вышеописанной коннотацией, можно отнести, во-первых, к разряду глаголов констатирующей семантики (украсть, убить, мучить, издеваться, насиловать, хулиганить, врать, воровать...), во-вторых, к разряду слов, содержащих в своем значении негативную, причем, весьма экспрессивную оценку чьей-либо личности, однозначно связанную с оскорблением. Фразу «Крысам – крысячья смерть» можно отнести к разряду зоосемантических метафор, отсылающих к названиям животных и содержащих, как правило, негативные оценки адресата речи и грубую экспрессию неодобрения, презрения и т.п.[<http://www.rusexpert.ru/?idp=news&idnew=21>]. Так, даже при поверхностном анализе, мы приходим к выводам, противоположным выводам эксперта Е. Кирюхиной, и утверждаем, что рассматриваемые лозунги направлены на разжигание межнациональной розни и унижение человека по национальному признаку.

Эта ситуация обнажила ряд проблем, среди которых есть вопросы профессиональной пригодности экспертов, очевидно отсутствие единых требований к анализу конфликтного текста. Об этом же говорит Н.Д. Голев: «Практика выявила лингвистическую и юридическую неразработанность подходов к такого рода делам, отсутствие единых «правил игры» для всех их участников, включая самих лингвистов-экспертов, действующих во многом по своим собственным представлениям о правильности» [<http://lingvo.asu.ru/golev/articles/v66.html>]. Безусловно, одной из причин описываемого положения является смысловая валентность слов, а, следовательно, и множественность трактовок контекста. Другой причиной отсутствия единых требований и алгоритма лингвистической экспертизы обозначим тот противоречивый факт, что словарь – это опора лингвистической экспертизы, но в лексикографической практике отсутствует само понятие инвективности, не разработана система стилистических помет, отражающих инвективное функционирование слова. По справедливому замечанию Н.Д. Голева: «Филологический словарь не призван выполнять юридическую функцию, не «имеет законного права» быть основанием следственных и судебных решений. Автор словаря в данном отношении слишком волен, по-

меты в словаре слишком прихотливы и приблизительны, чтобы отвечать требованиям объективности, однозначности, системности, пригодности для принятия правовых решений» [Голев 1999: 26].

Опасность семантической валентности мы видим в том, что лингвистическая экспертиза по сути может доказать «все, что угодно», то есть, пренебрегая моральным, этическим аспектом, убедить в том, что прав или истец, или ответчик (точнее тот, кто заказал эту экспертизу, тот, кто платит). Публично оглашенные результаты лингвистической экспертизы, с вероятной «нужными кому-то» выводами, позволяют *замолчать* проблему, свести ее на «нет». Эксперт, на наш взгляд, несомненно должен нести нравственную ответственность, отвечать перед обществом за те выводы, к которым он приходит – такова профессиональная этика.

Школьник Т. Керимов получил открытую черепно-мозговую травму, перелом черепа, перелом костей носа, рваную рану губы и пролежал в коме несколько месяцев, а эксперт пришла к выводу, что «призывы «Убивай хача! Мочи хача! Бей черных!» в отношении представителей этнокультурной группы народов Кавказа из-за расплывчатости значений слов «хачей», «черных» может употребляться как иронически, в шутку, так и всерьез». Данная ситуация получила широкий общественный резонанс, суд назначил повторную экспертизу по делу об избиении девятиклассника Тагира Керимова. Член Общественной палаты Николай Сванидзе заметил, что «теперь появилась надежда, что новую экспертизу проведет специалист, профессиональное заключение которого не вступит в противоречие с *очевидностью*» [www.fontanka.ru/2009/08/31/047/].

Развитие лингвистической экспертизы, формирование единого алгоритма анализа конфликтного текста имеет принципиально важное значение, так как экспертиза является инструментом защиты прав личности, а не способом отстаивания интересов того, у кого толще кошелек. Необходима профессиональная подготовка филологов-экспертов, которые будут согласно единым требованиям проводить качественные экспертизы. Создание таких организаций, как Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам позволяет на это надеяться.

ЛИТЕРАТУРА

Голев Н.Д. Юридический аспект языка в лингвистическом освещении // Юрислингвистика-1. Проблемы и перспективы. – Барнаул, 1999. – С. 11-58.

Колдин В.Я. Экспертиза как инструмент права//Проблемы юридической техники: Сборник статей под ред. В.М. Баранова. – Нижний Новгород, 2000.

Русский ассоциативный словарь. В 2т. От реакции к стимулу: Более 100000 реакций / Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. – М.: ООО «Издательство Арстрель» ООО «Издательство АСТ», 2002.

© Антонова Ю.А., 2009

Артемова И.Ю.

Барнаул, Россия

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ЖАНРА ОФИЦИАЛЬНОГО ВЕБ-САЙТА В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Политический дискурс является одной из важных составляющих современной коммуникации. С развитием СМИ (в особенности Интернет СМИ) появляются новые способы и формы общения с политическими деятелями и, соответственно, новые жанры этого вида дискурса. Одним из таких жанров является официальный веб-сайт правительства.

Данный жанр является маргинальными в структуре жанрового пространства политического дискурса и находится на стыке его с компьютерным дискурсом, обладая основными признаками последнего (наличие электронного канала передачи, гипертекстуальность, виртуальность и др.). Однако, в отличие от прототипных жанров компьютерного дискурса, официальный веб-сайт имеет более ограниченную тематику коммуникации, преобладающий статусно-ориентированный тип общения, нехарактерные для данного вида дискурса языковые особенности.

Веб-сайт относится к исконным сетевым жанрам (в терминологии Л.Ю. Иванова), не имеющих аналогов за пределами электронной коммуникации. Изначально веб-сайты представляли собой совокупность статических текстов. В настоящее время большинству из них свойственна динамичность и интерактивность, которые достигаются путем гиперссылок, возможностью обратной связи и др.

Официальный веб-сайт правительства/президента по виду контента можно отнести к информационным сайтам. Он представляет собой совокупность текстов (гипертекстов) ин-

формационно-прескриптивного характера, в которых описываются действия правительства и президента, крупные международные события актуальные для данного государства, насущные вопросы (issues), размещены планы мероприятий правительства и президента, нормативные акты и т.д.

В рамках данной работы нами рассматривались русскоязычные и англоязычные сайты – официальные веб-сайты правительства/президента России и США (Президент России// kremmlin.ru, Сайт Председателя Правительства РФ В.В.Путина// premier.gov.ru, Интернет-портал Правительства РФ// government.ru, Общественная Палата РФ // oprf.ru, Welcome to the White House// whitehouse.org). В данном отношении необходимо отметить, что все упомянутые выше веб-сайты Рунета существуют в США как разделы единого сайта, идущие под одним доменным именем. Возможно, данные отличия связаны с особенностями русского и американского менталитетов и с удельным весом центрального правительства в том и другом государстве.

Другой причиной данных различий может служить исторический фактор. Общеизвестно, что Интернет сообщество зародилось в США, поэтому американские веб-ресурсы сформировали своеобразный эталон оформления и ведения Интернет коммуникации. Поэтому, проводя лингвокультурный анализ русскоязычных и англоязычных веб-сайтов, нужно учитывать неравнозначность данных языковых и концептуальных систем в пространстве Интернета.

Лингвистический дизайн официальных веб-сайтов содержит в себе многочисленные случаи интерференции английского языка, а также влияние ценностных представлений, характерных для носителей американской культуры. Однако данный жанр институционального общения предполагает официальный стиль коммуникации, поэтому случаи интерференции, характерные для разговорной речи, в некоторой степени элиминируются.

Официальный веб-сайт правительства как жанр ограничивает разнообразие разделов и контентов сайта, сводя их к более или менее лимитированному списку (документы, события, выступления и т.д.) Однако, несмотря на сходства в основных разделах, существуют также и специфические единицы, связанные с культурными концептами данного общества, а также с политическими приоритетами (например, раздел White House 101 / Facts and Fun For All Ages на веб-сайте правительства США коррелирует со этноспецифическим американским концептом «Fun»

(«Веселье»), раздел «Детский Сайт / Гражданам школьного возраста» на веб-сайте президента РФ, где реализуется приоритетная политика правительства в воспитании сознательного гражданина и патриота).

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что официальный веб-сайт правительства с приоритетной информативно-прескриптивной целью обнаруживает в своей структуре как универсальные характеристики, присущие англоязычному обществу по историческому признаку, так и специфические черты данного лингвокультурного и политического сообщества.

ЛИТЕРАТУРА

Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: дис. ... канд. филол. наук: Челябинск, 2005. – 265 с.

Атабекова А.А. Лингвистический дизайн WEB-страниц (сопоставительный анализ языкового оформления англо - и русскоязычных WEB-страниц). – М., 2003.

Иванов Л.Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ivanoff.ru/rus/OZHWEB.htm> (Дата обращения 15. 04. 2009).

Смирнов Ф.О. Интернет-общение на английском и русском языках: опыт лингвокультурного сопоставления. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2005/SmirnovF/SmirnovF.pdf> (Дата обращения 05.05. 2009).

Смирнов Ф.О. Навигация веб-сайта: лингвокультурные особенности. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://flogiston.ru/articles/netpsy/smirnov_navigation (Дата обращения 13. 05. 2009).

© Артемова И.Ю., 2009

Багичева Н.В.

Черник В.Б.

Екатеринбург, Россия

ПОЛИТИКА ПРОТИВОПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СМИ

По официальным данным, Государственной противопожарной службе России исполнилось 360 лет, но если брать во внимание историю Российского государства, то первые упоминания о подобных службах встречаются в летописных документах тысячелетней давности, и все это время заботой пожарных была не только борьба с огнем во время чрезвычайных ситуаций, но и профилактика пожаров. Мысль сотрудников пожарной

охраны всегда работала на то, чтобы не только обезопасить население, но и сделать это с участием самих граждан. Во многом взаимопонимание между людьми и сотрудниками Государственной противопожарной службы обеспечивают средства массовой информации.

Всегда ли СМИ облегчают это взаимопонимание, не создают ли они искаженные модели поведения в экстремальных ситуациях? Попробуем разобраться. Для выявления оценки такого явления, как пожар, мы опросили 70 человек. Предлагалось дать слово-реакцию на стимул «пожар» и «пожарник». «Пожар» – это *беда, ужас, ступор, капец, страх, страшно, не дай Бог* (самые частотные ответы). Были и такие, которые отражают недавние события: *в Греции, в Калифорнии, атомный реактор, нефть, дом престарелых*. В любом случае семантика слов-реакций отражает страх носителей языка перед этим бедствием (*ужас, страх, страшно*) и полное подчинение судьбе и неведение, как себя вести в этой ситуации (*ступор, капец, куда бежать, не дай Бог*). Очевидно, что сами респонденты не в состоянии предложить какой-нибудь путь спасения. Кто может помочь в этой ситуации? Ответ, казалось бы, очевиден – пожарник. Однако на слово «пожарник» мы получили следующие ассоциации: *спит, как пожарник; медная каска; приехали быстро, тушили дружно, сгорело все*; и только в одном случае – *помощь и спасение*. Причем собственного опыта нахождения внутри названной чрезвычайной ситуации у подавляющего большинства опрошенных нет. Пожары они чаще всего наблюдают по телевизору – *в Греции, в Калифорнии, где-то в России* и т.п.

Исходя из этих ответов моделируем две позиции: 1. пожары – это страшное явление природы, но они происходят где-то и как-то это все регулируется; 2 – пожары – это стихия, с которой невозможно и бесполезно бороться не только самому, но и пожарным. Обе позиции таят в себе опасность для человека: восприятие пожароопасности как нереальной категории ослабляет меры ее профилактики и создает ложную иллюзию безопасности; восприятие же пожаров как непобедимого бедствия атрофируют навыки правильного поведения в экстремальной ситуации.

Для анализа поведения СМИ нами была проведена выборка газетных материалов («Российская газета» с 2002 г. по 2009 г.) – всего около ста статей различного объема. Положительные оценки действий пожарных, позитивный имидж проти-

вопожарной службы создается в 37% случаев («**Пожарные** всегда рискуют», «Силами **огнеборцев** эвакуировано более 100 человек», «Из отпусков в срочном порядке вызвали всех **спасателей**» и пр.). Безусловно, это очень важно – моделировать в сознании читателя положительный образ пожарного, так как если граждане будут доверять действиям сотрудников пожарной охраны, то они будут стремиться к сотрудничеству с ними, соблюдению правил пожарной безопасности. К слову сказать, положительного образа явно не хватает: дети знают про дядю Степу – милиционера, но столь же популярного пожарного дяди Степы в детской литературе нет. Почва для этого, на наш взгляд, существует: когда мы попросили наших респондентов определить место пожарных на «шкале доверия» (выбор из: милиционера, врача, сотрудника ДПС – представителей трех главных служб 01,02,03), то пожарные по количеству предпочтений значительно опередили милиционеров.

Вместе с тем реальность встает перед читателем со страниц газет и в негативных оценках журналистов, которые рисуют общую картину беспомощности пожарных и безуспешности их действий как на стадии профилактики, так и непосредственно в чрезвычайной обстановке. В 16 % газетных материалов (например, репортаж о пожаре в доме ветеранов в Петрозаводске) у читателя формируют негативный взгляд на действия пожарных, а не на ситуацию (отсутствие телефона, сокрытие улик со стороны должностных лиц и пр.). Оценки события как траурного в тексте нет, зато благодаря вводным словам (может, казалось бы, конечно же) у читателя создается впечатление, что к гибели пострадавшего привели действия сотрудников ГПС, а меры, предпринимаемые на стадии профилактики, все равно бы не дали никакого положительного эффекта («пожар начался рано утром», «причина пожара – бесконтрольное выжигание травы», «пожарным мешал ветер», «когда пожарные прибыли, уже ничего нельзя было поделаться» и т.п.). Текст про пожар в филиале Сбербанка изобилует профессиональной терминологией, нерасшифрованными малопонятными аббревиатурами. Сведения о пожаре в здании ФСБ предоставил некий безымянный источник – анонимный представитель МЧС. Система социальных отношений выступает как обезличенная, бездейственная и бездействующая. Скрытая ирония чувствуется в заголовках «Пожар под арестом», «Кодекс для огня», в которых освещается переход на новый Федеральный Закон, призванный ввести более

четкий регламент, позволяет перейти на новую для нас систему пожарного аудита. Закон, находящийся на стадии обсуждения, уже подается автором статьи как «изначально сырой», «априори слабый», «неэффективный», а ведь такая неосторожная оценка не способствует улучшению ситуации. В канун нового учебного года большинство граждан воспринимает визит инспектора ГПС в школу в лучшем случае как помеху в работе, в худшем – как нашествие врага («За пожар ответишь»). И можно сказать, что это результат освещения событий СМИ. «Отдадим должное журналистам желтой прессы. Играть на страхах и тревогах рядового обывателя они умеют довольно искусно. ... Бьют по самому больному. Главные темы для «сенсационных» откровений – опасность потерять семью, детей, здоровье. Бьют так регулярно и кучно, что созданные в редакционных кабинетах мифы начинают восприниматься самой что ни на есть реальностью», - пишет журналист Олег Головин («КП»). Нам кажется, что эти слова можно отнести и ко всем СМИ.

Итак, мы отмечаем смоделированный в сознании граждан миф о пожаре как стихии, от которой нет спасения (ср. у В.И.Даля: *Пожар – охват и истребление огнем строения, или вообще чего горючего, но в таких размерах, что огонь берет верх над усилиями человека или: От пожара, от потопа и от злой жены, Боже, сохрани!*). Этот же миф закрепляется и в газетных публикациях. Не будем спорить, что здесь вторично. Но так как налицо взаимосвязь этих представлений, то хотелось бы рекомендовать представителям СМИ создавать миф об обществе, в котором каждый гражданин знает, как нужно действовать в экстремальных ситуациях, где пожарные (они же огнеборцы и спасатели) приходят на помощь в нужную минуту и реально оказывают ее. Для этого в статьях и заметках о пожарах должны даваться рекомендации, которые ведут к формированию навыков конструктивного поведения обеих сторон в экстремальной ситуации.

© Багичева Н.В., Черник В.Б., 2009

Балашова Л.В.

Саратов, Россия

ОБРАЗ РОССИИ В ЗЕРКАЛЕ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ (НА МАТЕРИАЛЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ТЕЛЕШОУ «К БАРЬЕРУ»)

Политическая метафора является одним из самых распространенных и самых эффективно действующих инструмен-

тов публичной политики и PR-технологий. Как показал анализ речи участников политических теледебатов «К барьеру», концептуальная метафора играет большую роль в создании образа политической, социальной и экономической ситуации в современной России; это способ «кодирования идеологической информации» и эффективный прием «самоподачи» участника телешоу: «дуэлянт» создает свой собственный (положительный) образ и отрицательный образ оппонента.

Наиболее активно в речи всех участников телешоу «К барьеру» используется антропоморфная, социальная, пространственная концептуальные метафоры, а также переносы из семантической сферы «Живая и неживая природа». Моделирование в рамках каждого типа указанных сфер не выходит за рамки действующих языковых метафор, однако структуризация, выстраивание определенного сценария позволяет создать яркий и концептуально точный образ России, участников теледебатов.

В рамках антропоморфной модели Россия предстает в виде физически немощного, больного человека с неустойчивой психикой или интеллектуально и физически недоразвитого ребенка. Политические оппоненты в этой модели – неподготовленные врачи или врачи-вредители, убийцы, террористы (ср.: *У нас вся страна, страждущая и болеющая, находится сейчас в состоянии пассивной эвтаназии, эвтаназии пассивного шприца*).

В рамках социальной метафорической модели политическая ситуация ассоциируется с абсолютной монархией. Отношения РФ с ближайшими соседями, а также межпартийные отношения внутри страны осмысляются как неблагополучная семья – со скандалами, изменами, разводом и дележом имущества (ср.: *Россия ничего не вкладывала в постсоветское пространство, а примерно 10-15 лет пытается хоть что-то оттуда вернуть из своего. Это похоже на развод, развод с разменом. Когда, как говорится, даже тапочки трудно получить обратно*). Активно используется театральная метафора и метафора игры, где политическим оппонентам достается роль кукловодов и шулеров. Кроме того, невозможность политиков России понять друг друга и выработать общую позицию ассоциируется с разговором на разных языках, с принадлежностью оппонента к другой расе и даже другой, внеземной цивилизации.

Пространственная модель наиболее регулярно реализуется в двух типах концептуальной метафоры. В первой развитие России ассоциируется с опасным путешествием с постоянной

угрозой угодить в болото, разбиться или подвергнуться террористическому нападению (ср.: *Мы все в этом самолете находимся. Этот самолет – Россия. Кто будет отвечать за полет?; они... хотят раскачать нашу общую лодку для того, чтобы имитировать, что она хорошо будет плыть, если из этой лодки выкинуть татарина, чеченца, дагестанца. Закон должен реально работать в отношении тех сил, которые сегодня раскачивают лодку Российской Федерации*). Во второй пространственной модели Россия предстает в виде разрушенного здания, руин, причем оппозиционные деятели утверждают, что деструкция, разрушение начались с Перестройкой и продолжаются сейчас, тогда как представители партии власти считают, что разрушение связано только с прошлым, а сейчас должно начаться восстановление. Однако созидательная метафора даже в речи таких политиков пока распространения не получила.

Наконец, метафоризация явлений живой и неживой природы также связана с созданием четких концептуальных моделей. Политические оппоненты («враги России») предстают в виде хищников или кровососущих насекомых. Россия – это засеянное поле, за которым надо постоянно ухаживать – удобрять, поливать, чтобы получить достойные плоды (демократию в том виде, в каком она видится субъекту речи). Естественно, себя участник теледебатов относит к опытным «полеводам», тогда как оппоненты с этой ролью не справляются.

Если современная ситуация в России осмысливается в рамках естественных природных стихий, то представители практически всех политических и идеологических направлений используют катастрофическую лексику – цунами, извержение вулкана и т.п. Если же используются номинации артефактов, то в роли механизма (отлаженного или нет – в зависимости от политических пристрастий автора) выступает Россия; управление данным механизмом готов взять на себя каждый участник телешоу.

В целом хотя данному шоу присуща ситуация спонтанного общения, используемые концептуальные метафоры лишь с большой долей осторожности можно отнести к относительно спонтанным. Большинство из них употребляется в первом раунде, то есть в той части речи «дуэлянтов», которая продумана и, возможно, сочинена заранее. Таким образом, выделенные концептуальные метафоры не только отражают позицию субъ-

екта речи, но и являются частью сложного механизма речевого воздействия на аудиторию.

© Балашова Л.В., 2009

Борисова Е.Г.

Некрасова К.И.

Москва, Россия

ЛЮБИТЕ ЛИ ВЫ ДЕМОКРАТИЮ? (ОЦЕНОЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОБЩЕСТВЕННОЙ ЛЕКСИКИ)

Работа посвящена способам выявления оценочного потенциала общественной лексики, что необходимо для определения замысла говорящего, и способам понимания текста различными адресатами.

Оценочная лексика несет существенную часть смысловой нагрузки в текстах массовой и групповой коммуникации. Чаще всего употребляемые слова понимаются вполне определенно, и если у автора есть сомнения в том, что его оценка понятна собеседнику, он употребит экспрессивную лексику (*коммуняка, дерьмократ, совок*). Однако немало слов воспринимается в некотором сообществе с достаточно определенной окраской, а читатель, этому сообществу не принадлежащий, может не понять автора или даже понять в прямо противоположном смысле. В частности, в нашем российском обществе сейчас неопределенно по знаку оценочности слово *старый*. Если относительно недавно (10-20 лет назад, в том числе и в советский период) это слово в общественно-политических употреблениях носило отрицательный знак в противовес новому, передовому, прогрессивному, то в наши дни вполне отчетливо проявляются тенденции использования этого слова для положительной оценки «по старым рецептам», «старые проверенные методы». На примере этого слова хорошо видны два источника оценочной характеристики лексики. С одной стороны, характеристика отражает устоявшуюся в языке оценку, которую нельзя понять иначе. Это касается аффиксов (-як. -онк и т.п.) и самих корней (например, *погром., обман*).

Однако языковая оценка способна меняться под влиянием общественной оценки явления. В наши дни появилось безоценочное (и даже положительное) использование таких однозначно отрицательных (по словарям) слов, как *эгоист, хулиган, шалун*.

Если же общество оказывается расколото относительно оценки какого-либо общественного явления, вполне могут сосу-

ществовать противоположные оценочные характеристики того или иного слова.

Выяснение оценочной характеристики лексемы – необходимая часть работы по подготовке материалов политического, а также социального и коммерческого PR. Для этого имеет смысл провести опрос, содержанием которого является психолингвистический эксперимент. Основную часть опроса составляет приписывание оценки от пятерки до единицы (в соответствии со школьной традицией) словам из списка, содержащего 20-25 единиц. В качестве проверочных (отражающих искренность ответов) использовались слова *фашист* и (с 2000 г.) террорист, которые в подавляющем большинстве случаев получали оценку «единица». Другая лексика затрагивала реалии актуальной политики (*демократ, коммунист*), политически релевантные моменты истории (*советский, плановый*), лексику, отражающую имущественные отношения (*богатый*).

Для определения принадлежности автора к той или иной политической ориентации использовались дополнительные вопросы как социально-демографического, так и политического характера («Кого вы хотели бы видеть вашим депутатом?», где среди характеристик называлась и партийная принадлежность).

Результаты экспериментов, проводившихся с 1997г., позволяют не только отметить лексику с устоявшейся оценкой в противовес словам, имеющим различные оценки в зависимости от политических пристрастий, но и заметить определенную динамику в оценочных характеристиках общественной лексики.

© Борисова Е.Г., Некрасова К.И., 2009

Боярских О.С.

Нижний Тагил, Россия

РЕЧЕВЫЕ ПРИЕМЫ КОРРЕКЦИИ МОДЕЛИ МИРА АДРЕСАТА В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

(на примере предвыборных агитационных материалов кандидатов на пост главы города Нижний Тагил, 2008 г.)

В качестве главной цели речевого воздействия современная наука рассматривает коррекцию модели мира адресата и его психики (знаний, оценок, желаний) [Иссерс 2008: 109, 114]. Данная корректировка посредством использования различных речевых приемов (шире – коммуникативных ходов) должна подвести адресата к необходимым решениям и действиям. Если говорить о предвыборном агитационном дискурсе, то конечным

итогом должно стать решение адресата-избирателя осуществить выбор в пользу определенного политика.

Анализ указанного в заглавии языкового материала позволил нам выделить несколько ведущих речевых приемов коррекции определенных аспектов модели мира адресата-избирателя.

1. Прием метафорического моделирования социально-политической действительности города в негативном ключе. Метафора является мощным средством воздействия на адресата, ибо в ее основе лежит эмоционально-ценностное отношение к объекту метафоризации, формируемое прагматической составляющей сферы-источника. Так называемая медицинская метафора характерна для текстов большинства кандидатов. Город с его застаревшими проблемами осмысливается как больной организм, требующий немедленного и серьезного лечения: *Рецепт для тагильского ЖКХ; инвалиды ЖКХ; город задыхается; транспорт – кровеносная система города; строительство перинатального центра в Нижнем Тагиле – это запущенное заболевание; коммунальная головная боль* и др. Подобная метафорика является своего рода модулятором, усиливающим негативное отношение жителей города к действующей власти и имплицитно транслирующим призыв к переменам, а следовательно, к активному участию в выборах.

2. Использование индивидуальных, «имиджевых» метафор, разворачивающихся как в отдельных агитационных текстах, так и в агитационном дискурсе политика в целом: развернутые медицинские метафоры кандидата – бывшего главврача детской больницы; военные метафоры и в целом стилизация агиток под боевой листок у бывшего работника внутренних органов; банковская и строительная метафоры у кандидата – председателя правления единственного в городе самостоятельного банка, а по совместительству – руководителя городского строительного треста; педагогическая метафора у бывшей руководительницы известного в городе учебного учреждения. Подобными «имиджевыми» метафорами кандидаты в большинстве случаев стремятся доказать избирателям, что их прошлая или нынешняя профессиональная деятельность – это залог успеха на определенном государственном посту.

3. Различные положительные оценочные номинации личностных качеств кандидата, наиболее лестные из которых даются с использованием ссылки на авторитет известных в городе

или стране людей. Однако подобный прием не всегда способствует формированию положительного имиджа кандидата, привлечению голосов избирателей, т. к. не для всех потенциальных избирателей данные авторитеты являются таковыми. Так, например, один из кандидатов, разместив в своих листовках положительные отзывы о нем бывшего мэра, еще раз подчеркнул, что находится в довольно «теплых» с ним отношениях, в то время как уход мэра города с занимаемой должности был весьма скандальным. Данный прием имплицитно моделирует привычную для русского человека ситуацию, обозначенную известной народной мудростью: *Скажи мне, кто твой друг, и я скажу, кто ты*. Только вот ответ избирателя не всегда оказывается на пользу кандидату.

4. Обращение к прецедентным феноменам (каноническим и трансформированным) как весьма действенному приему скрытой политической агитации. Прецедентные феномены демонстрируют знание кандидатом культурно-исторических реалий страны, указывают на его культурные предпочтения и обладают некоторой эстетической ценностью. Отметим, что данные единицы могут быть гендерно и профессионально (как и метафоры) маркированными. Зачастую, однако, они не столько «украшают» кандидата, сколько, как и в предыдущем случае, выдают его и становятся антиагитационными. Удивление и недоумение вызвали, например, у тагильчан напечатанные на агитационных плакатах в поддержку одного из кандидатов высказывания героев известных фильмов С. Бодрова «Брат» и «Брат-2», связывающихся в сознании россиян с криминальным миром. Прецедентные феномены – это своего рода лакмусовые бумажки, с помощью которых проницательный читатель-избиратель открывает для себя истинное лицо (или, увы, физиономию) кандидата.

5. Использование личного местоимения *мы* с прагматическим смыслом *я и вы – жители города*, формирующим у избирателя представление о собственной значимости в процессе социально-политического устройства города, о возможности совместной с будущей властью деятельности.

Указанные приемы направлены на формирование выгодных адресанту-политику представлений и установок у адресата-избирателя, однако недалёковидность политика и его команды способна превратить некоторые из них в антиприемы.

ЛИТЕРАТУРА

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 5-е изд. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.

© Боярских О.С., 2009

Будаев Э.В.

Нижний Тагил, Россия

Чудинов А.П.

Екатеринбург, Россия

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ СОВЕТОЛОГИЯ В ГОДЫ ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ¹

Для лингвистической советологии середина прошлого века – это период максимальной идеологизации, когда главным нередко становилось не изучение, а разоблачение. После Второй мировой войны отношения Советского Союза со странами Западной Европы и США резко изменились. На смену военному союзу объединенных наций пришла эпоха, которую ярко характеризовали доминантные политические метафоры «холодная война», «железный занавес», «равновесие страха» и «охота на ведьм». Лингвистическая советология в это время стала восприниматься как изучение языка враждебной страны и методики вражеской пропаганды, эффективность которой признавалась всеми серьезными специалистами. Если на предшествующем этапе советологи пытались выяснить, в чем особенности советской политической коммуникации, то в послевоенный период основное внимание было перенесено на прагматический аспект, поиск причин ее эффективности, а также на создание рекомендаций по антисоветской пропаганде.

Новая историческая реальность, непредсказуемость в поведении советских вождей требовала от исследователей расширения методологической базы изучения дискурса с целью добиться более адекватного представления о советском политическом мышлении и решения задач по прогнозированию политической деятельности.

Одним из нововведений лингвистической советологии в эти годы стало расширение исследовательского инструментария за счет методов количественной семантики. В 1949 году была

¹ Подготовлено при финансовой поддержке РФНФ, проект № 09-04-140072г.

опубликована коллективная монография «Language of Power: Studies in Quantitative Semantics» («Язык власти: Исследования по квантитативной семантике») [Language of Power 1949], значительная часть которой была посвящена политической коммуникации в Советском Союзе. Гарольд Лассвелл, Натан Лейтес, Сергиус Якобсон и другие исследователи на основе анализа коммуникативной практики коммунистов и иного подобного речевого материала выявляли различные взаимозависимости между семантикой языковых единиц, их частотностью и политическими процессами. Так, в совместном исследовании Сергиуса Якобсона и Гарольда Лассвелла «Первомайские призывы в Советской России (1918 – 1943)» было выделено 11 категорий ключевых символов (обозначение «своих» и «чужих», использование национальной и интернациональной символики, обращение к внутренней и внешней политике и др.), а затем проведено исследование их частотности на различных этапах развития СССР. Авторы показывают, что такое исследование позволяет лучше понять динамические процессы в господствующей идеологии и нюансы советской политики.

В конце 40-х гг. советские языковые новообразования привлекают внимание и европейских специалистов. В отличие от американских исследователей, определяющих свои публикации как изучение советского политического языка, европейцы предпочитали говорить о новых явлениях в русском языке, хотя политический контекст подобных исследований не вызывал сомнений. К числу таких работ относится, в частности, монография Г. Кляйна, посвященная изучению советских аббревиатур [Klein 1949]. Эта книга воспринимается как своего рода справочник для людей, которые хорошо знают «дореволюционный» русский язык, но не знакомы с новыми советскими реалиями и их обозначениями (*ВДНХ, ВКП(б), ЦИК, облсовпроф* и др.).

По мере того как военное сотрудничество между СССР и странами Запада переросло в холодную войну, зарубежные исследователи стали обращать самое пристальное внимание на внутри- и внешнеполитические средства советской пропаганды. В это время появляется книга Алекса Инкелеса «Public Opinion in Soviet Russia: A Study in Mass Persuasion» («Общественное мнение в Советской России: Исследование массового убеждения») [Inkeles 1950]. Помимо рассмотрения советской информационной политики она содержала анализ интервью с бывшими гражданами СССР. А. Инкелес пришел к выводу об «абсолют-

ном» контроле СМИ советскими властями. Вместе с тем автор резюмировал, что «система советской коммуникации далека от того, чтобы обеспечивать тотальное убеждение населения, ее эффективность гораздо ниже того уровня, которого советские лидеры хотели бы достигнуть» [Inkeles 1950: 319].

Еще одним методологическим новшеством стала монография Натана Лейтеса «A Study in Bolshevism» (Исследование большевизма) [Leites 1954]. Будучи американским исследователем, Н. Лейтес ставил перед собой прагматические цели: советский язык интересовал его в первую очередь как способ распутать механизмы загадочного большевистского (русского) мышления, как шаг к прогнозированию политических реакций коммунистических лидеров.

В этом труде Н. Лейтес исследовал образы, фантазии, характерные метафоры, используемые большевистскими лидерами (в основном использовались труды Ленина и Сталина), а также «литературные модели», с которыми большевики себя идентифицировали или которые отвергали. По словам Н. Лейтеса, существует мало культур, которые смогли так рельефно запечатлеть в своей литературе типы национального характера. В частности, автор выделяет поведенческие модели, связанные с образами Карамазова, Раскольников, Мышкина, Верховенского, Рудина, Чичикова, Обломова, чеховских героев. Анализируя отношение к этим поведенческим моделям в большевистском дискурсе, автор определил, какие «психологические маски» принимаются, а какие отвергаются большевистскими лидерами и, соответственно, с какой моделью мышления и поведения они себя идентифицируют.

Используя эти модели, Н. Лейтес обратился к методам фрейдизма в попытке высветить «латентные значения» большевистских образов. Проанализировав около 3 тысяч большевистских цитат, Н. Лейтес отмечает такие фобии, как «страх импотенции», «фобия заражения» («чистка партии»), «боязнь быть избитым» (как например, в знаменитом выступлении Сталина перед управленцами советской промышленности в 1931 г., в котором образ избития и избиваемого используется одиннадцать раз в одном параграфе) и др.

Исследователь приходит к выводу о том, что модель большевистского поведения формировалась как отрицательная реакция на Обломовых, которые проспали свою жизнь; на Рудинных, болтунов высокого полета, которые ничего не делают; на

философию толстовского Каратаева. Большевистский дискурс пронизывает новый принцип «КТО КОГО», который Н. Лейтес разворачивает в радикальную формулу «КТО КОГО УБЬЕТ».

Натан Лейтес пишет, что фашистские ученые перед вторжением в СССР тоже изучали русский характер по произведениям классической русской литературы, но они не сопоставляли эти данные с большевистским дискурсом (очевидно, что фашистской элите не нужны были «открытия» в области исследования тоталитарных дискурсов). В результате, фашистская армия ожидала увидеть на полях сражений апатичных чеховских героев и Обломовых, а встретила Маресьевых, Матросовых и Панфиловых. Это, по мнению исследователя, служит еще одним аргументом в пользу важности изучения исторической динамики развития русского национального характера.

В эпоху холодной войны, советские пропагандисты, как правило, представлялись не как люди, искренне верящие в идею коммунизма, а как бессовестные, ни во что не верящие лжецы. Так, в широко известной статье Гарольда Лассвелла «Стратегия советской пропаганды» сделан вывод о том, что «ставя перед собой цель мирового господства, которое рассматривается как нечто само собой разумеющееся, кремлевская верхушка не ограничивает себя какими-либо моральными принципами относительно выбора сообщения, канала или аудитории. Советские пропагандисты и их агенты могут без стеснения лгать и искажать факты, поскольку нечувствительны к призывам к сохранению человеческого достоинства. Для них не существует понятия человеческого достоинства в другом смысле, нежели достоинства вклада в победу государства свободной личности путем служения настоящей и будущей власти кремлевской элиты» [Лассвелл 2009: 184]. По мнению автора указанной статьи, «основной стратегической целью пропаганды в Советском Союзе является «экономия материальных затрат на защиту и расширение советской власти внутри и за пределами государства» [Лассвелл 2009: 184].

В книге И. де Сола Пул «Символы демократии» (1952) при рассмотрении смыслового варьирования слова «демократия» в различных странах дается следующая характеристика: «Пресса при Сталине имела склонность представлять картину в чернотных тонах, когда свой никогда не может ошибиться, а враг никогда не может быть прав и когда любая характеристика либо положительна, либо отрицательна и лишена неопределенности.

Так, партия не вдается более в диалектические рассуждения о характеристиках, делающих эту партию ДЕМОКРАТИЧЕСКОЙ, и в то же время популярная пресса осуждает обычную ДЕМОКРАТИЮ или социал-демократию. Данные антикоммунистические формы демократии лишаются каких-либо прав называться демократиями. Их сторонники объявляются совсем не демократами, а теми, кто лишь притворяется демократами в целях демагогии. Их называют «социал-фашистами» или «лакеями американского империализма». Термины «ДЕМОКРАТ» и «ДЕМОКРАТИЯ», которые сначала чаще интерпретировались отрицательно, нежели положительно, таким образом приобретают однозначно позитивное значение после определенного периода затишья, в течение которого они почти не употреблялись» [de Sola Pool 1952]. Автор даже не считает необходимым прикрывать свое негативное отношение к коммунизму и большевизму хотя бы «маской академичности»: для него образцом политической коммуникации служит только западный нетоталитарный дискурс, а советскую политическую коммуникацию он постоянно рассматривает в одном ряду с фашистской политической коммуникацией, отмечая лживость и необъективность любого тоталитарного режима.

Среди публикаций, авторы которых максимально полно демонстрируют неприятие советской власти и всего, что с ней связано (в том числе и изменений в русском языке), особой непримиримостью выделяется книга Андрея и Татьяны Фесенко «Русский язык при советах», изданная в Нью-Йорке [Фесенко 1955]. Рассматривая многочисленные случаи неудачного словоупотребления, авторы стремятся найти подлинную причину ошибок и делают следующий вывод: «Как бы это ни звучало парадоксально, но именно Революция создала в России исключительно благоприятную почву для засилья всякой канцелярщины, бюрократии и соответствующего им языка» [Фесенко 1955: 24]. Представляется, что свою ненависть к коммунизму названные авторы нередко переносят на все стороны жизни в Советском Союзе, а поэтому их оценки далеко не всегда могут восприниматься как объективные.

Многие американские советологи проявили себя и как академические ученые, и как непосредственные участники идеологической борьбы, занимавшие те или иные должности в государственном аппарате. Например, профессор Йельского университета Фредерик Баргхорн начинал как дипломат, в конце

сороковых годов он работал пресс-атташе американского посольства в Москве, с 1949 по 1951 г. возглавлял федеральный исследовательский проект по интервьюированию иммигрантов из СССР (так называемый «гарвардский проект»). Поэтому его работы наполнены богатым фактическим материалом, в них ярко прослеживается официальная точка зрения. Он пишет: «В советской пропаганде необычайно высока роль обмана или, как его называют некоторые авторы, «преднамеренной дезинформации» [Баргхорн 2008].

К числу советологов, считавшихся «либералами», относится профессор Эрнест Дж. Симмонс, который в середине прошлого века работал в Корнеллском, Гарвардском и Колумбийском университетах, был инициатором изучения советской и русской литературы в США, автором многих работ о русских и советских писателях [Simmons 1961; Симмонс 2008]. Его политические взгляды и научные интересы привлекли внимание комиссии по расследованию антиамериканской деятельности, которая подозревала его (скорее всего, необоснованно) в симпатиях к коммунизму. Вместе с тем следует отметить, что в Советском Союзе он воспринимался как типичный клеветник-антисоветчик, а в его обзоре истории советской литературы [Симмонс 2008] трудно заметить увлечение коммунистической теорией и практикой.

Итак, в годы холодной войны лингвистическая советология стремительно развивалась, специалисты использовали самые современные для того времени методы и приемы исследования. Среди активных советологов были и университетские профессора, и действующие сотрудники правительственных организаций, люди как либеральных, так и консервативных политических убеждений. Напряженные отношения между Советским Союзом и западными странами нередко способствовали идеологической напряженности соответствующих публикаций, жесткости авторской позиции, подчеркнутой враждебностью к Советскому Союзу и его союзникам. Показательно, что многие советологи настойчиво стремились обнаружить однотипные свойства в советском и фашистском политическом дискурсе.

Важно отметить, что именно в этот период советология получила признание как самостоятельное научное направление, которое активно использовало самые современные для того периода научные методы, среди которых выделялись контент-анализ, квантитативная семантика, риторическая критика, струк-

турные методы, психолингвистические методики, социолингвистический анализ и др. Несомненным было идеологическое и методологическое лидерство американских специалистов.

© Будаев Э.В., Чудинов А.П., 2009

Бушев А.Б.

Тверь, Россия

БЛОГОСФЕРА: ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Интерпретации в работе подвергается материал блогосферы русского и английского сегментов Интернета. В работе поставлены задачи рассмотреть особенности влияния блогерства на коммуникацию и масс-медиа и дать представление о языковой специфике дискурса блогеров. Новизна исследуемого феномена очевидна: феномену как таковому меньше пяти лет; а в связи с его социальной, политической, культурной ролью становится явственно актуальность его изучения.

Посылкой к обсуждению блогерства служит понимание роли сетевых масс-медиа. Симптоматичны наметившиеся междисциплинарные стремления российских исследователей осмыслить социальные и культурные эффекты интернетизации масс-медиа. E-communication вызывает изменения в менталитете, формах представления информации, восприятии и понимании известных явлений.

Характерно широкое междисциплинарное обсуждение комплекса проблем, связанных со стремительным развитием новых медиа и телекоммуникационных технологий, которые за последние двадцать лет радикальным образом изменили не только повседневность, но также способы политической коммуникации, формы культурного производства и потребления, сферу экономических отношений и модели образования.

Так, есть основания полагать, что благодаря развитию спутникового телевидения и Интернета жители стран Восточной Европы, некогда отделенные от остального мира непроницаемым «железным занавесом» и получавшие строго дозированную информацию о внутренних и внешних событиях, смогли ощутить себя жителями единой «глобальной деревни», и значение этого фактора решающее для анализа политических процессов модернизации.

Приходилось встречать утверждения, что формирование альтернативной или контрпубличной сферы становится возможным в первую очередь благодаря Интернету и связанным с ним формами медиа-активности.

Впервые после создания веб-страницы, рассылки, чата, форума, иная возможность публичной интеракции есть на блоговых сайтах. Это новая возможность интерактивной коммуникации. На такого рода коммуникации по политическим вопросам хочется остановиться особо. Это возможность действительно политического дискурса в виртуальной форме – не коммуникации строго упорядоченной и ограниченной (разрешили, о чем и как сказать), а вполне понятного существования в дискурсивном пространстве и высказыванию *впечатлений от политики =политическому дискурсу*.

Начнем с рассмотрения политической риторики в блогосфере, характеризующейся прежде всего расширением субъектов информационного взаимодействия. Так, книга «The Audacity of Hope» - «Дерзновение надежды» Барака Обамы переведена на русский язык и продается в книжных магазинах. Сайт *amazon.com* представляет рецензию на книгу и дает возможность читателям высказаться в блогах по поводу книги.

***A conservative reviews Senator Obama's latest book ... ,
October 17, 2006***

By Dr. Emil Shuffhausen (aka Tom Bombadil)

It is too often here on Amazon, we review only those books and authors with which we totally agree...or totally disagree...and give little regard to the quality of the actual contents of the book. And then, our fellow Amazon viewers come along and rate our reviews strictly on the basis of their own partisan biases. This is not very helpful. I set out to read and review Senator Barack Obama's latest book, not because I agree with everything he has to say....

Характерно для рецензий представление разных точек зрения. Показательны вышеприведенные заявления об отказе от партийной риторики (амер. *партизанской* риторики) и политических пристрастий в оценке дискурса. Существует возможность оценки и комментирования размещенных рецензий. Утилитарная польза книги и сайта подчеркивается в виде ответа на вопрос, предлагаемый посетителям сайта, была ли эта рецензия полезна им. Здесь же ссылки на интервью с самим автором.

Весь предвыборный тематизм служит предметом обсуждения блогеров, накопления суждений из блогов со всего мира. Наряду с этим показательно оперативное представление разных точек зрения, интерактивность СМИ – характерные черты нового этапа масс медиализированного общества. Существуют сайт

Би-Би-Си, других крупных газет и журналов, блоги на сайтах формируют повестку дня (*agenda-setting*).

Обсуждение узловых вопросов (*issues*) показательны и характерны. Система перекрестных ссылок (сетевой принцип), позволяющая получить необходимую информацию – характеристика нового этапа медиализированной информосферы. Доступность масс-медиа для анализа позволяет исследовать смену социальных представлений, тематики и пропагандистских клише.

Глобальные СМИ подают информацию, и интернет-формат позволяет проследить ее в динамике, в сопоставлении. Комментарии блогеров более свободны, однако, необходимо учитывать маргинальность блогеров. Оценочная избитая метафора, модальность предположения, специфика построения фразы в блоге (имитация спонтанной устной речи, модальность суппозиции, клишированность и стереотипичность вокабуляра) – языковые черты данного рода сообщений.

© Бушев А.Б., 2009

Вепрева И.Т.

Екатеринбург, Россия

ИМПЛИЦИТНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО В ТАБЛОИДНЫХ ИЗДАНИЯХ

Традиционно исследование политического дискурса проводится на основе языка средств массовой информации, поскольку СМИ выполняют важную роль технического средства, обеспечивая канал связи политиков с широкими массами, являются источником распространения политической информации. Через СМИ общество ориентируется в общественно-политической жизни страны, оценивает ход мировых политических событий, формирует свое политическое сознание. Средства массовой информации являются важнейшим участником политической коммуникации.

Современное состояние печатных СМИ характеризуется увеличением стилового разнообразия прессы, ее «стилистической многомерностью» (Г.Я. Солганик). Помимо идеологического размежевания газетных изданий, что обусловило сосуществование самых разнообразных газет – от коммунистических, монархических и даже фашистских до демократических широкого спектра, постсоветская действительность формирует появление изданий нового типа, созданных на основе стилеобразующих концепций, которые отсутствовали в практике советских СМИ.

Данное направление дифференциации прессы не связано с политическими преобразованиями общества. Внеидеологической по стилиевой концепции в российской печати стала таблоидная пресса. Она выделяется как особый тип текстов публицистического стиля на основе общности выполняемой ими функции – функции развлечения.

В определениях таблоидной (бульварной, желтой, массовой) прессы подчеркивается ряд признаков, формирующих особенности данного типа текстов.

1. Сенсационный либо скандальный характер подаваемой информации. Основное содержание желтой прессы – сенсации, сплетни, скандалы из личной жизни известных людей. В поле зрения журналистов попадают известные люди, публичные деятели, рейтинг популярности которых формирует их высокий социальный статус. Также нередко таблоиды изобилуют детальными описаниями разного рода преступлений или судебных процессов.

2. Резкое сужение тематики, отбора информации: общественно-политическая тематика исключается. Даже о персонах, значимых в сфере политики и экономики, пишут в аспекте их частной жизни. Основой таблоидных изданий следует назвать сферу повседневно-бытового, непринужденного, неофициального общения: любое событие выводится на доступный домашний уровень частной сферы коммуникации.

Тем не менее, исключение политической информации из таблоидных изданий не означает полного игнорирования сферы политического. Политическая информация представлена в таблоидах имплицитно, подается в сугубо развлекательной интерпретации.

При исследовании форм подачи политической информации в таблоидных статьях необходимо выделять «тему-повод» и «тему-факт» (Т.В. Ицкович). Тема-повод может носить общественно значимый характер, однако за этим поводом всегда следует тема-факт, обеспечивающая характерное для таблоидной публицистики внедрение в личную сферу участников описываемых событий. Так, к примеру, тема мирового экономического кризиса подается в статье *Абрамович обнищал* (Экспресс газета, янв. 2009) через комментарий относительно состояния Романа Абрамовича и освещение проведения его досуга. В тексте наиболее значимыми оказываются две тематические группы: *отдых (беззаботно развлекается, экзотическая центрально-*

американская страна, новогодние праздники, пышная вечеринка, курорт США, банкет, ресторан, прогулка, катер, озеро, Коста-Рика, спутник, отель, отдыхает) и финансовое состояние (*богатый, олигарх, проматывает, акции, миллиард, евро, дорогой, роскошный, элитный, шикарный, купил, миллиардер, обанкротилась, покупка, состояние*).

Если в газете присутствует новостная общественно значимая информация, то она подается обычно в развлекательной форме. Так, представление основных новостей прошедшей недели веб-редактор «Экспресс газеты Online» (дек. 2008) Станислав Леонидов подает как повод, «за что можно интеллигентно выпить на этой неделе», заключая краткое изложение события каким-либо тостом.

Кроме того, героем таблоидной статьи может стать крупный политик или общественный деятель. В этом случае политическая информация, связанная с данной публичной личностью, в тексте имплицитна. Манифестирующим знаком обращения к сфере политического является только имя политика. Известная личность обычно помещается в сниженный бытовой контекст, что создает фамильярную тональность текста, которая стимулирует общение на сокращенной социальной и психологической дистанции между партнерами в статусно-ориентированной ситуации. Понижение высокого статуса публичного человека происходит через смещение, а иногда и нарушение этических и этикетных норм.

В докладе освещаются также и другие способы имплицитного представления политического.

© Вепрева И.Т., 2009

Веснина Л.Е.

Екатеринбург, Россия

МЕТАФОРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ «МИГРАНТ – ЭТО РАБ»

В связи с разразившимся мировым экономическим кризисом казалось бы отошедший на второй план вопрос о «перенасыщенности» России миграционными потоками встал как никогда остро: гастарбайтеров и переселенцев обвиняют в том, что они отнимают и без того недостающие рабочие места у коренных граждан нашей страны, усугубляют криминогенную обстановку. Об этом свидетельствует огромное количество сообщений о проблеме миграции в Россию в отечественных средствах массовой информации: только за период август 2008 – август

2009 в проанализированных нами Интернет-изданиях таких газет, как «Комсомольская правда», «Время новостей» и «Известия» насчитывается 432 публикации, посвященных рассматриваемой проблеме. Ср.: в этих же изданиях в течение 2000-2007 гг. таких статей 2024.

Для нас интересна языковая сторона вопроса, точнее то, какими метафорическими моделями представлено понятие «мигрант» в публикуемых о миграции статьях. Метафорическая модель «Мигрант – это раб» занимает третье место в количественном соотношении с такими моделями, как «Мигрант – это неодушевленный предмет», «Мигрант – это животное» и «Мигрант – это внешняя угроза для России», стоящих на третьем, четвертом и первом местах соответственно.

Интересно, что кроме крайне негативного отношения к мигрантам со стороны населения России, выражающееся в милитарных, зооморфных метафорах и метафорах предметности, прослеживается, пусть и довольно редко (всего 85 публикаций почти за десять лет находятся в рамках метафорической модели «Мигрант – это раб»), сочувственное восприятие людей, вынужденных приезжать в нашу страну на заработки или на постоянное место жительства. Подобное восприятие как раз и выражается в ряде метафор, составляющих метафорическую модель «Мигрант – это раб». Ср.:

Приезжающие в Москву на заработки никак не защищены. Их, как рабов, используют за тарелку супа, а использованных выбрасывают без документов на улицу (Город героев нелегального труда – Известия, 24.06.06); Один «гастРАБ» семь чиновников кормит. Миграционной «амнистии» – упрощенному порядку трудоустройства в России приезжих из других стран – куда более, чем сами нелегалы, сопротивляются те работодатели и чиновники, которые неплохо кормятся за счет практически рабского труда. И число таких «рабовладельцев» велико, и посты у них немалые («Меня оштрафовали на 4, 5 тысячи за разбитый унитаз» – Известия, 31.03.06.); В Россию большую часть невольников ввозят из республик бывшего СССР: Украины, Молдавии, Грузии, Армении, Узбекистана, Таджикистана и Киргизии (Россия стала мировым центром по торговле людьми – Известия, 27.04.06).

Подобная реакция обусловлена тем, что люди, приезжающие к нам в поисках лучшей жизни, зачастую становятся бесправными в руках так называемых «хозяев»-работодателей,

соглашаются на самую тяжелую и грязную работу, от которой отказываются коренные жители, а их бытовые условия действительно напоминают рабские.

Таким образом, метафорическая модель «Мигрант – это раб» является одной из наиболее продуктивных в текстах средств массовой информации, что позволяет надеяться на сдвиги в сторону более толерантного отношения к приезжим в противовес все еще доминирующему «Понаехали тут!».

ЛИТЕРАТУРА

Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000): Монография. – 2-е изд. – Екатеринбург, 2003.

Изучение русского языка и приобщение к русской культуре как путь адаптации мигрантов к проживанию России: Материалы Международной научной конференции. Екатеринбург, 12-14 ноября 2007 / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2007. – 135 с.

© Веснина Л.Е., 2009

Ворошилова М.Б.

Екатеринбург, Россия

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ИМЕНА СОВЕТСКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ В ПОЭЗИИ Ю. ШЕВЧУКА

В арсенале прецедентных имен, которые активно используются в современных СМИ [Гудков 2003, Красных 2003, Нахимова 2007, 2008 и др.], значительное место занимает сфера-источник «Политическая история России». Имена политических лидеров прошлых веков (царей, императоров, президентов, генеральных секретарей и др.), которые в силу их широкой известности легко воспринимаются адресатом, создают богатые возможности для апелляции к соответствующим личностным качествам, ситуациям, действиям, высказываниям и текстам [Нахимова 2007, 2008]. По справедливому замечанию Г.Г. Слышкина, «историческое знание составляет важный элемент не только культуры, но и лингвокультуры, получая языковую реализацию в виде исторических метафор, цитат и аллюзий» [Слышкин 2007: 82]. В русской национальной лингвокультуре существует своего рода поле прецедентных имен людей, сыгравших важную роль в развитии российского государства и – шире – мировой цивилизации. Эти прецедентные имена нередко становятся своего рода ориентирами, по которым оценивают

деятельность, политические и личностные качества наших современников.

В рамках настоящего исследования мы решили обратиться к изучению прецедентных имен политических лидеров в русской рок-поэзии (на примере творчества Ю. Шевчука), что позволит определить место рок-поэзии в современном культурном и общественно-историческом дискурсе. Прецедентные феномены представляют значимую часть национальной культуры, являются ярким показателем особенностей самосознания, рефлексии на собственную историю и культуру, таким образом прецедентные феномены – это некое средство этической, эстетической, утилитарной, нормативной, эмоциональной, интеллектуальной оценки, это средство выражения авторской позиции.

Традиционно в ходе анализа прецедентности ученые (Д.Б. Гудков, В.В. Красных и др.) обращаются к таким ее единицам, как прецедентный текст, прецедентное высказывание, прецедентная ситуация и прецедентное имя. Все названные феномены тесно взаимосвязаны. При актуализации одного из них может происходить актуализация нескольких остальных. В интересах настоящего исследования мы также разделяем позицию Д.Б. Гудкова, декларирующего особое положение прецедентных имён в системе прецедентных феноменов. Прецедентные имена, по мнению исследователя, относятся к ядру языковых средств хранения и трансляции культурно-значимой информации [Гудков 1999 (б): 6].

Материалом исследования послужили как самостоятельные поэтические произведения, так и тексты песен. Всего было проанализировано 214 поэтических текстов, было отмечено 92 примера использования прецедентных имен, в том числе политических лидеров – 15: Распутин, Ленин (2), Карл Маркс, Петр (4), Рейган, Сталин (3), Путин, Цезарь.

Отметим, что большинство из них 8 из 15 – это прецедентные имена политических лидеров советской эпохи, что обусловлено как временем создания произведений (пик расцвета русского рока, и в том числе творчества Ю. Шевчука пришелся на советский период), так и характером анализируемых текстов (пик творчества Ю. Шевчука пришелся на так называемый контркультурный период русского рока, период отрицания социума).

Среди прецедентных имен политических лидеров советской эпохи в поэзии Ю. Шевчука несомненно наиболее частотными стали имена двух первых лидеров советского государства: В.И.Ленине

– председателе Совета Народных Комиссаров РСФСР (затем СССР) в 1917-1924 г. и И.В. Сталине – генеральном секретаре ЦК РКП(б) (затем ВКП(б), затем КПСС) в 1923-1953 г.

Так, прецедентный образ Сталина используется автором как символ жестокого, грозного правителя, царя, революционера разрушающего старый мир и ведущий народ к новой вере, только в нашем мире эта новая вера предстает не как некое светлое будущее, а как бомба, уничтожающая все вокруг:

Верный пес царя грозного **Иосифа**,

Скачет Егор в счастливую жизнь.

Старое к чертовой сносим мы,

Новая вера рванет – ложись!

(Храм. ал. «Актриса Весна»)

Также Ю. Шевчук использует прецедентное имя Сталина и как некое оценочное средство.

Это было в Ленинграде и довольно давно,

На свет появился Дядя Миша Чернов,

Пережил войну, **Сталина** похоронил,

Стал боксером и всех негодяев бил,

Жил на Лиговке, на гитаре играл,

И одим из первых рок-н-ролл исполнял.

(Рок-н-ролл дядя Миша. ал. «Город без окон»)

Ролевой герой оценивается как победитель, он выжил и похоронил одного из главных врагов – Сталина, неслучайно Сталин и война стоят рядом.

В данном ряду советских прецедентных имен, особое положение занимает имя Рональда Рейгана, 40-го президента США, провозгласившего СССР империей зла и открыто поддерживающего антикоммунистические движения по всему миру.

Что светит нам завтра, что греет сейчас?

На сколько удобней литованный крест?

За эти вопросы нам Пушкин воздаст,

Родня нас не выдаст, а **Рейган** не съест!

(Ни шагу назад. ал. «Время»)

В тексте песни «Ни шагу назад» (обратим внимание, что в названии автор также использует советский прецедентный текст: известный лозунг времен Великой отечественной войны) автор развивает мотив победы своего героя, которому даже самый лютый враг советского народа не страшен.

Интересно и обращения поэта к имени Ленина, ставшего в мировой культуре символом революции, именно в данном значении Ю. Шевчук вводит данный прецедентный образ в свой текст:

Северный ветер рвет ваши тени — **Че Гевара, Вольтер, Гарри Поттер и Ленин**

Контрреволюция добра и гуманна, но очень туманна и не постоянна

(Контрреволюция. Ал. «Пропавший без вести»)

В одном ряду стоят самый популярный борец за идею революции Че Гевара, вольнодумец Вольтер, отец русской революции В.И. Ленин и популярный герой современного фэнтэзи Гарри Поттер, призванный несомненно развенчать великую идею обновлению, идею революции, неслучайно и песня называется «Контрреволюция».

В заключении отметим, что советские прецедентные имена в рок-поэзии Ю.Шевчука стали не только своего рода ценностными ориентирами, но и важнейшим средством выражения своей общественной и художественной позиции неприятия общества насилия, общества построенного через насилие, через разрушение.

ЛИТЕРАТУРА

Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М., 2003.

Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. – Екатеринбург, 2007.

Нахимова Е.А. Прецедентное имя Керенский в современных отечественных СМИ // Политическая лингвистика. 2008. № 1 (24).

Нахимова Е.А. Прецедентное поле «Монархи» в дискурсе современных российских СМИ // Политическая лингвистика. 2009. № 1 (27).

Слышкин Г.Г. Концепт личности как элемент лингвокультурной историосферы (на материале концепта «Талейран») // Ethnohermeneutik und cognitive linguistics. – Landau, 2007.

Слышкин Г.Г. Государственные деятели: след в языковом сознании. // Обозреватель–Observer. URL: http://www.rau.su/observer/N8_2004/index.htm

© Ворошилова М.Б., 2009

Ворошилова М.Б.

Чемагина А.В.

Екатеринбург, Россия

СОВЕТСКИЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В РОК-АЛЬБОМЕ Е. ЛЕТОВА «КРАСНЫЙ АЛЬБОМ»

Нередко рок-культура воспринимается как контркультурное явление, возникшее в России именно на волне протеста советскому политическому строю. Мы, признавая факт зарождения рок-искусство в переломное время смены культурных и исторических эпох, считаем, что его протест направлен не столько на советский общественно-политический строй, сколько на некие общие культурно-ценностные основы. Обращение русских рок-авторов к советскому прецедентному тексту послужило скорее одним из способов постижения действительности, столь характерному искусству постмодернизма, в русле которого рок искусство развивается.

В рамках настоящего исследования нами представлен комплексный анализ функционирования советских прецедентных феноменов в рок-тексте на примере альбома Егора Летова «Красный альбом», созданного в 1987 году, в, так называемый, советский период творчества рокера (1984 – начало 1990-х годов), когда Е. Летов активно выступал против советского режима



Обложка альбома стилизована под советское знамя с портретом вождя в центре, что представляет собой яркий пример использования прецедентного феномена.

Композиция обложки симметрична: изображение расположено строго по центру. Такая композиция задает ощущение парадности и торжественности. Используется шрифт белого цвета расположен на красном фоне: соблюдено правило контраста, используемое в традиционном советском плакате. Симметрия, также свойственная советскому плакату, сохраняется и в шрифтовой композиции: названия альбома и группы расположены строго посередине, с одинаковыми отступами от края обложки. В целом, шрифт можно охарактеризовать как ровный, четкий, плакатный.

Вербальный и невербальный компоненты креолизованного текста обложки несомненно дополняют друг друга (название «Красный Альбом» и красный цвет обложки, а также аллюзия к атрибутике советской власти).

Егор Летов на обложке «Красного альбома» представлен в образе вождя, очевидна отсылка к прецедентному имени

В.И. Ленина, к которому автор позже обратиться и на вербальном, текстовом уровне. Но если на невербальном уровне использован непосредственно сам образ В.И. Ленина (по крайней мере, очень яркая аллюзия), то на текстовом уровне автор использует более широкое понятие «вождя», что несомненно обогащает семантическое наполнение этого образа.

В первой песне альбома («Игра в бисер») Е. Летов создает образ стаи свиней, слепо идущей за вождем:

У стаи есть закон,

У стаи есть вождь... («Игра в бисер»)

Автор использует классическое для дискурса русского рока противопоставление «Я – Вы!». В данном случае «Вы!» представлены стаей свиней, у которой есть «закон», «вождь», которая «любит пить», «жрать» и «жить» (речь идет о безусловных рефлексах, об удовлетворении низших животных потребностей). На фоне стаи свиней, олицетворяющей советское общество, фигура героя песни представлена в более выгодном свете: он играет в интеллектуальную игру в бисер, придуманную немецким писателем Гессе, и испытывает отвращение к стае:

Стая любит пить, стая любит жрать,

Стая любит жить, а я люблю играть в бисер.

Я играю в бисер перед стаей свиней...

(«Игра в бисер»)

Открытое неприятие советской власти выражено в песне «Ненавижу красный цвет». Прецедентный феномен обозначен уже в названии песни. Красный цвет – несомненный атрибут советской власти. В данном случае этот цвет может толковаться и как символ крови, также используемый советской властью: «Я видел птиц, раскрытых ржавым топором». Автор неслучайно обращается к языковому приему, свойственному революционным деятелям: Е. Летов обращается к образу железа и крови, ставшему в эпоху советской власти хрестоматийным [Селицев 1968а: 152].

Мотив крови развивается в строках второго куплета:

Обезображен лажей скомканных сердец,

Задавлен пулей из армейского ружья...

(«Ненавижу красный цвет»)

Припевом служит строка «Я ненавижу красный цвет», заявленная в заглавии песни. Она повторяется двукратно, после чего звучит призыв: «Уничтожай таких, как я!» Герой песни открыто выступает с протестом против советской власти и против

насилия, эти понятия в его сознании являются тождественными. А противник красной власти в эпоху СССР признавался врагом государства и подлежал уничтожению.

Таким образом, вербальный и невербальный компоненты «Красного альбома» находятся в отношении взаимодополнения. Е. Летов бунтует против жестокой советской власти, подобно революционеру, выступающему против монархического строя в 1905, 1917 годах.

Итак, Е. Летов, прибегая к помощи прецедентных феноменов, разоблачает советскую власть, уличая ее в насилии, в подавлении человеческой воли, в формировании у народа стадного чувства. Одновременно с этим, Е. Летов пытается пробудить в слушателях чувство собственного достоинства и заставить их отказаться от роли «свиньи» в «стае» советского народа. В оформлении обложки «Красного альбома», Егор Летов в большей степени обращается к идее даже не советского плаката, а революционного (красный цвет здесь символизирует кровь). Он, подобно революционному деятелю рубежа XIX – XX веков, агитирует народ выступить против диктата советской власти, поднять новую революцию.

© Ворошилова М.Б., Чемагина А.В., 2009

Григорьева Н.И.

Екатеринбург, Россия

ОБРАЗ МОЛОДЕЖИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ КПРФ

Создание партийного аппарата и привлечение внимания избирателей к позициям своих программ является одной из главных проблем политических партий. В данной публикации рассматривается двойственный образ молодежи, являющейся, с одной стороны, активным субъектом, и, с другой стороны, объектом воздействия каких-либо внешних сил, на материале партийной газеты КПРФ «Правда» (используются материалы статей, опубликованных в июне-августе 2009 г. на официальном сайте КПРФ).

Можно отметить, что тема молодежи является актуальной для партии КПРФ в вышеуказанный период. Одной из проблем, поднимаемых в рамках данной темы, является «выдавливание» молодежи из состава партии, необходимое ее «омоложение», но при сочетании «опыта, жизненной закалки ветеранов» и «энергии, способностей улавливать новое, которыми наделены молодые».

Образ молодежи, активно проявляющей свои позиции, является ярким. Используются как традиционные номинации в публикациях данного политического движения («комсомольцы», «красная молодежь», «молодые ленинцы», «молодые коммунисты», «молодежный вожак Компартии», «левое молодежное движение»), так и нетрадиционные («красные диджеи»). При создании образа активной молодежи используется милитарная метафора, молодые люди являются бойцами, которые ведут борьбу с существующей несправедливостью («ребята обменялись адресами и телефонами, чтобы ... вместе продолжать нашу борьбу», «молодежный десант», «объявили борьбу наркомании, детскому алкоголизму и пошлости на ТВ», «каждый наш комсомолец ... надёжный и верный *штык*», «второй *эшелон* из наших молодых товарищей»). Необходимо отметить, что в противовес образу молодых людей, сознательно поддерживающих вышеуказанную партию, создается образ молодежи, не имеющей четкого сформировавшегося представления о политической действительности («у нынешней молодежи нет собственного мировоззрения»).

С другой стороны, молодежь является объектом воспитания, сам процесс и результат воспитания представлен милитарной метафорой («проводить занятия в виде ... *политбоев*», «воспитание ее [молодежи] стойкими и убеждёнными *борцами*», «Лидер КПРФ подчеркнул, что основной опыт политической *борьбы* приобретается на улицах», «Молодые коммунисты активно вовлекаются в подготовку акции, в *группы быстрого реагирования*», «требуется подготовки молодых кадров *«прорывного»* типа»).

Необходимо отметить, что создается и отрицательный образ молодежи, не имеющей четкой позиции, инертной. Она подвержена любому политическому давлению, что изображается с помощью морбиальной метафоры («ей [молодежи] придется еще долго *болеть* и *детской болезнью* «левизны», и «правым уклоном»). Она поддается влиянию каких-либо других внешних сил (««Единороссы», жириновцы и «свободороссы» продолжают туманить разум людей и *растлевать* молодежь», «целенаправленно *развращающего* молодежь программами вроде «Дома-2»»). Одной из задач воспитания ставится ознакомление с историей России, так как увлечения, интересы, действия связаны с другими сферами жизни, и является опасными для общности («молодежь так мало о ней [65-летний юбилей Победы]

знает — всё больше Интернет и бизнес, пиво да наркотики», «Молодёжь посёлка спивается, подсаживается на наркотики, преступность зашкаливает»).

Таким образом, можно отметить, что образ молодежи в представлении КПРФ является противоречивым. С одной стороны, она активно проявляет свои идейные позиции в общественной жизни, участвует в политической борьбе, с другой стороны, она инертна, легко поддается влиянию.

© Григорьева Н.И., 2009

Григорьева Н.Ю.

Магнитогорск, Россия

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ КОМИКСА КАК СРЕДСТВА ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Речевое воздействие в широком смысле слова понимается в лингвистике как воздействие на индивидуальное и/или коллективное сознание и поведение, осуществляемое разнообразными средствами, с помощью сообщений на естественном языке и/ или сообщений, построенных средствами паралингвистических семиотических систем, к которым в случае письменной коммуникации относятся средства графического оформления текста (метаграфемика). В узком смысле под речевым воздействием понимается «использование особенностей устройства и функционирования перечисленных знаковых систем с целью построения сообщений, обладающих повышенной способностью воздействия на сознание и поведение адресата или адресатов сообщения» [Паршин 2000: 6].

В нашем исследовании мы изучали инструменты речевого воздействия в политическом комиксе США, рассматривая его как средство политической коммуникации в понимании А.П. Чудинова: «Политическая коммуникация – это речевая деятельность, ориентированная на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям для принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе» [Чудинов 2007: 6].

В языке политического комикса США, как популярного средства массовой информации, используются такие речевые акты, для которых осуществление иллокутивного акта обязательно влечет за собой вполне определенный перлокутивный эффект, для усиления которого используются специальные инструменты речевого воздействия, в том числе:

1) Выбор синтаксических конструкций. Синтаксис предоставляет исследователю широкий спектр средств речевого воздействия, в том числе прием парцеллирования – использования одного высказывания, состоящего из нескольких фраз.

«Yes... \ and the show before yours... \ and the show before those... \» («Да... и шоу перед вашими ... и шоу перед теми...»)

«Rates were low \ money was plentiful... \» («Цены были ниже, денег было достаточно...»)

Данный прием путем повтора позволяет «закрепить» в сознании адресата определенную идею.

2) Использование контекстуального или конситуативного эллипсиса. В этом случае наблюдается пропуск того или иного члена синтаксической конструкции высказывания, ясного только из контекста или конситуации (т.е. при определенных условиях).

«Seems foolish ...» («Кажется глупым...»)

«Examine terrorism's root causes?» («Изучаете главные причины терроризма?»)

Используя более короткие, лаконичные фразы политики-адресанты коммуникации стараются придать своей речи динамичность, сделать ее более оживленной.

Перлокутивный эффект в комиксе усиливается также за счет использования средств метаграфематики, к которым относятся использование различных шрифтов для осуществления экспрессивной функции политической коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

Паршин П.Б. Речевое воздействие: основные сферы и разновидности // Рекламный текст. Семиотика и лингвистика. – М. – 2000. – С.55-73

Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие/ А.П. Чудинов. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 256 с.

www.thismodernworld.com (электронный журнал комиксов США)

© Григорьева Н.Ю., 2009

Гуляева Т.В.

Пермь, Россия

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В АМЕРИКАНСКОМ ОФИЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Авторы книги «Why Do People Hate America» утверждают: «такая огромная страна, как Америка, не может быть монолитной. Тем не менее ни одна страна не стремится так продемонстрировать чувство единства, общей идентичности, всеми разде-

ляемое наследие общих традиций. Ни одна из новоиспеченных независимых стран третьего мира не озабочена в такой степени культивированием национального характера в своих гражданах» (Sardar, Davies 2002: 59). Один из способов формирования национальной идентичности США реализуется в американском официально-политическом дискурсе (АОПД).

Коллективная идентичность – это «образ, который группа конструирует относительно самой себя и с которым идентифицируются все члены этой группы» (Assmann 2000: 130-132). Идентичность состоит из множества профилей. В случае «узнавания» адресатом в дискурсивно сформированном образе одного из своих «положительных» профилей возникает доверие к автору дискурса, сближение с ним, fascinация, что, в свою очередь, открывает дорогу вокативной силе дискурса и позволяет автору дискурса достигнуть намеченной цели, т.е. воздействия на убеждения слушателей.

В дискурсивном пространстве АОПД формируется категория «the American people», прототипом которой является образ «идеального американца». Инвокация происходит путем актуализации в сознании реципиента определенных когнитивных структур и проведении операций над ними, в результате чего реципиент отождествляет себя с прототипом и принимает модель мышления и поведения, атрибутированную данному прототипу.

Идентичность прототипа «идеальный американец» состоит из ограниченного количества структур, образующих пропозиции типа «А есть В», «А делает В», «А обладает В» и т.п. и может рассматриваться на уровнях **поведения, ценностей, идентификации и миссии.**

Уровень	Тип контекста
Поведение/ атрибут	«А делает В», «А не делает С», «А обладает качеством D»
Ценности	«для А важно/ необходимо В»
Идентификация	«А является частью В», «А – это те, для кого важно/ необходимо В»
Миссия	«Долгом/ целью существования А является В»

На уровне поведения прототипу атрибутируются определенные характеристики, указывающие на моральные качества, определяющие стереотип поведения «идеального американца»: *generosity, justice, decency, conscience, honor, courage (pluck), faith* и т.д.

На уровне ценностей прототипу приписывается набор ценностей, составляющих ядро его идентичности. В этом каче-

стве выступают такие ценностно-идеологические концепты, как «безопасность», «свобода», «демократия», «единство», «семья», «вера», «жизнь», «мораль», «добро», «мир» и т.д., которые позиционируются как приоритетные в идеологической и ценностной системе и поэтому выступают как основа аргументации в пользу того или иного решения.

Со стороны актуализирующейся в дискурсивном пространстве категории «анти-прототипа», обозначаемой как «*they*», «*forces of evil*», «*the terrorists*» и т.д., исходит угроза по отношению к указанным ценностям. Целью деятельности «врага» является разрушение актуализированной в данный момент основополагающей ценности прототипа, что равносильно прекращению существования последнего.

На уровне идентификации в качестве основного параметра, представляющего концепт В, наиболее часто используется концепт *American* и притяжательные местоимения *we*, *our*.

На уровне миссии прототип характеризуется такими выражениями, как *our cause... our mission... our duty/ responsibility/ commitment... we must/ should/ have to...* и т.п. Понятие «долг», «ответственность» и т.д. действуют как сильные вокативные средства, так как они рассматриваются как абсолютные критерии принадлежности к категории «*the American people*».

На данном, самом высоком уровне большое значение приобретает нарративно-динамический аспект. Концепт «миссия» предполагает вектор деятельности от современной «несовершенной» ситуации к архетипическому представлению о «рае на земле», а также сюжет, характеризующийся наличием напряжения и конфликта с оппозиционными силами, препятствующими выполнению миссии. Нарративный аспект организации дискурсивного пространства обладает сильным вокативным действием, так как способен управлять вниманием слушателей и стимулировать их инвокацию в дискурсивное пространство с целью участия в происходящих в нем событиях.

Таким образом, основной принцип действия инвокативного вектора вокативной силы дискурса состоит в определенном способе актуализации, конфигурации и расстановки приоритетов среди указанных структур.

ЛИТЕРАТУРА

Гуляева Т.В. Когнитивный анализ вокативности политического дискурса (на материале текстов выступлений американских президентов) // Вестник Поморского государственного университета. Се-

рия «Гуманитарные и социальные науки». – № 6, 2006. – Поморский государственный университет. Архангельск, 2006. – С. 218-222.

Assmann J. Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen. – Verlag Beck München, 2000. – S. 130-132.

Sardar Z., Davies M.W. Why do people hate America? – Icon Books, 2002. – p. 59.

© Гуляева Т.В., 2009

Гуреева А.М.

Мишланова С.Л.

Пермь, Россия

РЕАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В БРИТАНСКИХ И РОССИЙСКИХ СМИ

Важную роль в жизни общества играет образовательная политика государства. Инициативы ООН и Евросоюза, а также реализация Болонского процесса ставят не только высшее, но и школьное образование во главу угла национальной и международной политики многих стран мира. Новая образовательная парадигма – образование через всю жизнь, на которой построен Болонский процесс, затрагивает систему школьного образования, поскольку без соответствующей подготовки школы успешная реализация Болонского процесса невозможна.

Одной из существующих в последнее время альтернатив в области международного школьного образования является Международный Бакалавриат – организация, имеющая статус ЮНЕСКО и предоставляющая три образовательных программы, включая все этапы школьного образования, по окончании которых учащийся получает диплом, позволяющий поступать в различные вузы мира без вступительных экзаменов. Принципы, на которых построен Международный Бакалавриат, в частности мобильность и непрерывность образования, соответствуют требованиям международной политики в области образования.

Для оптимизации процессов образования важную роль приобретает изучение терминосистем, функционирующих в образовательном дискурсе. Очевидно, что одним из необходимых этапов изучения терминосистемы является исследование соответствующего концепта и его вербализации, применительно к данному исследованию – концепта *Международный Бакалавриат*, который может быть рассмотрен в качестве частного случая реализации образовательной политики в дискурсе печатных СМИ Великобритании и России.

При изучении особенностей репрезентации концепта *Международный Бакалавриат* в британских и российских СМИ были построены два фрейма, состоящие из трех слотов: Образование, Участники, Организация. Примечательной особенностью репрезентации концепта *Международный Бакалавриат* является совпадение слотов фрейма, однако их наполнение и процентный состав различаются. Так, в обоих случаях доминирует слот «Образование» (80,3% в дискурсе британских СМИ и 67,8% - в российских), на втором месте в обоих дискурсах находится слот «Организация» (10,4% и 29,8% соответственно), на третьем – слот «Участники» (9,3 % - дискурс СМИ Великобритании и 3% - России).

Характерной особенностью дискурса британских СМИ является наличие таких составляющих слота «Образование» как «Выбор», «Оценивание», «Альтернатива», которых нет в дискурсе СМИ России, что уже ясно свидетельствует о различиях в реализации образовательной политики данных государств.

Международный Бакалавриат является не только мировым лидером в предоставлении образовательных программ, но и явным конкурентом национального образовательного стандарта. Следовательно, и образовательная политика разных стран по отношению реализации программ Международного Бакалавриата будет отличаться, о чем и свидетельствуют результаты проведенного исследования.

© Гуреева А.М., Мишланова С.Л., 2009

Данилевская Н.В.

Пермь, Россия

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В ДИСКУРСЕ «ВОСЬМИДНЕВНОЙ ВОЙНЫ»

Объектом нашего анализа являются коммуникативные стратегии и тактики газетной коммуникации, широко применявшиеся в отражении событий, посвященных теме грузино-югоосетинского конфликта, или, иначе, теме «восьмидневной войны» (август 2008 г.). Основные вопросы исследования таковы: изменилось ли речевое воплощение войны в ситуации военного конфликта с дружественной и даже родственной (как минимум, по православной вере) страной и, если изменилось, то какие стратегии и тактики оказались в русской газетной коммуникации предпочтительными? Появились ли новые, ранее не описанные в лингвистической литературе стратегии и тактики?

Изучение материалов центральных и местных (пермских) газет, показало, что в дискурсе «восьмидневной войны» были реализованы не только известные, но и совершенно новые стратегии и тактики, не применявшиеся ранее в газетах при отражении проблемы «Россия в состоянии войны».

Сегодня существует множество трактовок понятия *коммуникативная стратегия*, однако важнейшим свойством этого понятия является то, что оно относится к когнитивной сфере коммуникации и является той главной задачей, которая реализуется в речевом процессе. Исследователи выделяют *основные* и *вспомогательные* стратегии. К основным относятся стратегии, имеющие наибольшее значение с точки зрения мотивов и целей в конкретной коммуникативной ситуации, например, такие, как дискредитация, обвинение, оправдание, героизация и др. Вспомогательные же стратегии способствуют эффективной организации диалога автора с адресатом, наиболее оптимальному воздействию на него, например, стратегия самопрезентации, статусные и ролевые стратегии, эмоционально настраивающие стратегии и др. (более подробно см. в работах А.Б. Бушуева, О.П. Малышевой, Т.А. ван Дейка, О.С. Иссерс и др.).

Коммуникативная стратегия реализуется в речевой ткани посредством различных *тактик* и *ходов*. При этом понятие *речевая тактика* соотносится с выбором определенного речевого действия в рамках реализации той или иной тактики (например «игра на понижение» как реализация тактики оскорбления, обвинения, издевки). Под *речевым ходом* обычно подразумевается конкретное речевое воплощение выбранной тактики и – отсюда – общей коммуникативной стратегии. Речевой ход – это выбор говорящим особых языковых средств, продуманных с точки зрения их семантических, стилистических и прагматических оттенков значения. Иными словами, любая стратегия «дирижирует» содержанием и речевой формой высказывания.

Всякая речевая стратегия есть результат выбора определенного (задуманного журналистом) *речевого воздействия*, посредством которого пишущий стремится регулировать деятельность адресата, корректировать или изменять его ценности, убеждения. В дискурсе восьмидневной войны воздействующий потенциал коммуникативной стратегии оказался центральной точкой всей коммуникации, ее пульсирующим нервом, смыслом речепроизводства вообще, поскольку по поводу грузино-российского конфликта развернулась жестокая информационная война

со всеми вытекающими отсюда последствиями. Жесткость и непримиримость противоборствующих в этой идеологической войне позиций определила круг и специфику основных и вспомогательных стратегий, а также специфику тактик, направленных на реализацию этих стратегий.

В исследованном материале нами было выявлено 7 стратегий (из них 3 основные), 28 тактик и 57 коммуникативных ходов. Среди стратегий такие, как: основные – дискредитация Грузии, создание положительного образа России, создание образа пострадавшей страны (Южная Осетия); вспомогательные – создание положительного образа Южной Осетии, стратегия поддержки Южной Осетии, стратегия поддержки Грузии (со стороны некоторых западных держав и США), стратегия поиска выхода из военного конфликта. Новыми, не описанными ранее стратегиями, на наш взгляд, являются: создание положительного образа пострадавшей страны (Южная Осетия), поддержка Южной Осетии, стратегия поддержки Грузии в «восьмидневной войне», стратегия поиска выхода из военного конфликта.

Локальные задачи данных стратегий были решены посредством следующих *новых*, не исследованных ранее тактик: описание жестокости грузинской армии; описание трусости Грузии; оправдание применения Россией военной силы; цитирование высказываний о грузино-осетинском конфликте членов Правительства РФ и представителей военных сил РФ; описание разрушений, жертв в Южной Осетии; вера осетинцев в Россию; описание оживающего города Цхинвал; описание положительных действий властей и военных Южной Осетии; создание положительного образа простых осетинцев; описание положительных действий различных государств и городов, поддерживающих Южную Осетию.

В августе-сентябре 2008 г. в средствах СМИ широко употреблялись и другие тактики, не относящиеся к новым в силу своей универсальности (отсутствия ситуативной маркированности). Это, например, такие тактики, как: описание «нечестных» действий Грузии; подтверждение негативного отношения Грузии к России; создание негативного образа М.Саакашвили; описание достойного поведения России и др., которые широко реализуются в дискурсах, посвященных разным другим темам и проблемам.

© Данилевская Н.В., 2009

Дементьев В.В.

Саратов, Россия

**ОБРАЗЫ СТАРЫХ И НОВЫХ «ХОЗЯЕВ ЖИЗНИ»:
КОНЦЕПТЫ *СВЕТСКИЙ* и *ГЛАМУРНЫЙ*
В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

В докладе рассматриваются важнейшие коммуникативные и некоммуникативные характеристики концептов «*светский*» и «*гламурный*» на материале современной (1992-2009) русской прессы (российские и русскоязычные зарубежные издания, собранные и обработанные при помощи корпусно-поисковой системы Integrum). Система выдала в общей сложности 339572 контекста для «*светский*» и 91585 контекстов для «*гламур*» / «*гламурный*».

Наше исследование показало, что в советский период типологическое место светского типа поведения, типа воспитания, типа общения, наконец, светского человека в русской культуре осталось почти неизменным; с лингвистической точки зрения лексемы *свет* / *светский* сохранили практически то же содержание, что и в русском языке дореволюционного периода.

Однако в начале XXI в. у лексемы *свет* / *светский* появляется частичный синоним – заимствованная лексема *гламур* / *гламурный*. Содержание данного концепта еще формируется и во многом остается неопределенным: это и утонченность ~ и дурновкусие; и элитарность ~ и неразборчивость; и острота эксперимента, эпатаж ~ и приторная, «розовая» слащавость; и пестрота ~ и однообразие; требованиям «гламурности» трудно соответствовать ~ и гламур означает упрощенность и «уплощенность» мыслей, чувств, отношений...

Близость данного концепта к *свету* очевидна, в частности, и то, и другое может быть противопоставлено истинной культуре как нечто суетное и пусто-холодно-фальшиво-порочное. *Светский* и *гламурный* максимально сближены в целом ряде контекстов, например:

Ксения отправится по светским вечеринкам, фитнес-центрам, выставкам и концертам – местам, где можно встретить претендента на руку и сердце. Комсомольская правда, 14.02.2008

Пользуясь журналистскими связями, доставала ей пригласительные на гламурные вечеринки, где подруга заводила новые знакомства. Комсомольская правда, 20.12.2008

Свет и *гламур* сближает также то, что, утвердившись в системных отношениях русской культуры и языка, оба заимствованных концепта становятся уникальными явлениями **русской** культуры, не имеют точных соответствий ни в одном из европейских языков.

В то же время анализ контекстов, в которых встречаются *свет* и *гламур* в современной прессе, помогает выявить ряд существенных различий.

Обращает на себя внимание отчетливо **более коммуникативный** характер концепта *светский*. Для концепта *светский человек*, являющегося, по-видимому, организующим центром общего поля *светский*, коммуникативная составляющая является чрезвычайно важной: *светский человек* – это тот, кто способен вести *светскую беседу*. Практически все словосочетания, именующие собственно коммуникативные аспекты (названия речевых / коммуникативных жанров (*разговор, беседа, болтовня, сплетни, флирт*); отдельных коммуникативных действий (*улыбка*); коммуникативно-знаковые системы (*этикет*); отдельные (оценочные) измерения коммуникации, в том числе тональность), встречаются со *светский* во много раз чаще, чем с *гламурный*. Многие из этих сочетаний относятся к устойчивым и активно использовались еще в XIX веке (*беседа; разговор; сплетни; общение; этикет; манеры; прием; вечер; раут; отношения; тон; суета; улыбка; диалог; флирт; поведение*). Для *гламура* коммуникативные контексты в целом малочисленны (кроме *вечеринка* и *тусовка*). Показательно отсутствие контекстов **гламурный этикет*: по-видимому, дело не в отсутствии правил у *гламура*, а в том, что быть вежливым – это как бы не очень гламурно; прикрывать же безупречной вежливостью превосходство, агрессию, издевку «молодой» *гламур* еще не научился.

Вероятно, дело в том, что и «светские люди», и «гламурные люди» – «утонченные прожигатели жизни», но при этом *светский человек* изначально аристократ, «представитель власти» – а они осуществляют эту власть через посредство коммуникации. *Гламурный же человек* изначально представитель буржуазного общества, «потребитель». Поэтому если наиболее типичные представители *света* – *лев* и *львица*, то *гламура* – *звезда, знаменитость; свет* населяют *дама* и *леди, гламур* – *девушка* и особенно *девчонка, девица, дива, кошечка...* здесь также гораздо больше места для таких «несветских» персона-

жей, как *мужик, мачо, нимфетка*... Важно, что к настоящему времени некоммуникативное значение *света* сохраняется фактически только в текстах, относящихся к ушедшей эпохе или стилизующих ее – именно эту лакуну прежде всего заполняют развивающиеся значения «нового» *гламура*.

Сочетаемость у *гламурный* оказывается в целом заметно **шире**, чем у *светский*, в том числе с такими словами, которые как будто бы по своей основной семантике противоречат доминантам *гламура*. Показательно, что среди них много слов с «непостоянной лингвистической пропиской» в литературном языке – жаргонизмов, в том числе слов с ярко-отрицательными коннотациями (*бл...дь, курва, мерзавец, педераст, подонок, рожа, сопля, фигня, шлюха*), неологизмов (*бойфренд, гей, кутюрье, нимфетка, стразы, трэш, хит*), молодежных диминутивов (*киска, пупсик, телка, трусики, шубка, фенечки*). Если в целом предсказуемо в этом «*гламурном*» ряду место слов: *феерия, шоколад, ореол, купальник, шик, эротика*, то сочетания *гламурного* со словами типа: *тетка, баба, мужик, пацан, провинциал, камуфляж, поп* могут показаться неожиданными. Некоторые из таких сочетаний уже превратились в клише, например *гламурный подонок*, который первоначально был названием программы / роли Павла «Снежка» Воли в передаче Комеди-клуб.

Возможно, *свету*, с его шлейфом холодноватого аристократизма, несколько не хватает той «молодежной» энергетики, эпатажа, эксперимента, которые и сообщают *гламуру* вкус мнительной вседозволенности, отсутствия (старых) правил. *Гламур* вообще как бы гораздо громче кричит о себе, не особенно заботясь о вкусе; из-за этого *гламур* вообще гораздо легкомысленнее – но и наглее, и циничнее, и... неувереннее.

© Дементьев В.В., 2009

Дементьева М.К.

Москва, Россия

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ОЦЕНКИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОФИЦИАЛЬНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Языковое сообщество склонно к построению собственного **дискурса**, формированию особого узнаваемого «языка», состоящего из типического набора элементарных смыслов. Политический дискурс – наиболее динамично развивающаяся часть публицистического стиля, воздействующая на читателя с целью

изменить его ценностную «картину мира», побудить к определенным действиям.

Политик – это «лингвоинтенсивная» профессия. Языковая личность политика отражает его когнитивно-речевые стратегии. Особой общественно-коммуникативной значимостью отличается профессиональная речь президента. Б. Ельцин выстраивал свой дискурс на контрасте к дискурсу советских лидеров. В. Путин, которого Б. Ельцин выбрал своим преемником на президентском посту, довольно скоро разграничил собственный, «молодой», «динамичный» дискурс и «консервативный» ельцинский. Перед Д. Медведевым стоит более сложная задача: ему необходимо подчеркнуть преемственность собственного дискурса по отношению к путинскому и одновременно сделать его индивидуальным, узнаваемым. В сравнении с языковой личностью В. Путина языковая личность Д. Медведева кажется более сдержанной.

Языковая личность политика есть отражение его «картины мира», его аксиологических установок. Оценочность – структурообразующая черта политического дискурса, свойственная всем его уровням.

Ежегодное послание президента РФ к Федеральному собранию – устоявшийся жанр государственной политической коммуникации, текст, подводящий итог развития страны за год и ставящий стратегические и тактические задачи. Актуализируется определенный тематический, а следовательно, и лексический пласт в политическом дискурсе и дискурсе СМИ, вводятся и закрепляются изменения в активном словаре общества.

Президент расставляет события на оценочной шкале, присваивая им статус «очень хорошо» – «довольно хорошо» – «хорошо» – «нормально» – «плохо» – «довольно плохо» – «очень плохо». С этой точки зрения ежегодные послания президента к Федеральному Собранию – один из главных актов оценки, формирующих картину мира официального политического дискурса. Как преемственность, так и новаторство в политическом дискурсе выражается средствами оценки.

Сравним послания 2007 и 2008 годов. Перед Д. Медведевым стоит сложная задача: на языковом уровне показать себя преемником В. Путина на президентском посту и подчеркнуть при этом свою политическую, а следовательно, и языковую самостоятельность. Поэтому Д. Медведев часто выбирает те же единицы, что и В. Путин. Стараясь дистанцироваться от дискурса В. Путина на разных уровнях: лексическом, тематическом

(выбор основных событий, их актуализация в политическом дискурсе), синтаксическом и т.д., Д. Медведев выбирает стандартизированные, шаблонные средства, которые ассоциируются с речью чиновников.

В. Путин и Д. Медведев выбирают похожие средства оценки – как открытой, так и скрытой. И В. Путин, и Д. Медведев используют в речи синонимы лексемы-узла «одобрять», но тщательно избегают ее антонимов, предпочитая отрицательные оценки облекать в безличную форму. В. Путин чаще использует личные глагольные формы, Д. Медведев оперирует именными конструкциями, вводит пассивный залог, которые лишают его речь динамичности, вызывая ассоциацию с шаблонами документов.

Политический дискурс в большей степени по сравнению с другими дискурсами стремится отграничить себя от других. Традиционным средством деления мира на «своих» и «чужих» являются парадигмы «мы-инклюзивное» и «мы-эксклюзивное». В версии Д. Медведева парадигма «мы-инклюзивное» шире, чем в версии В. Путина: в нее включено все мировое сообщество, что звучит актуально, но не очень правдоподобно.

Прагмемы в речи политиков максимально быстро отражают изменение знака оценки событий, явлений в политическом дискурсе. Расширение сочетаемости прагмем В. Путин использует как способ актуализации их в дискурсе. Д. Медведев употребляет их в рамках норм сочетаемости. Входящие в состав концепции четырёх «И» прагмемы Д. Медведев представляет как собственный проект, новацию в российском политическом дискурсе. Однако их более частое и смелое с языковой точки зрения употребление В. Путиным опровергает этот тезис и мешает их актуализации Д. Медведевым.

В своем послании к Федеральному Собранию и В. Путин, и Д. Медведев избегают чрезмерного употребления метафор как способа скрытого внедрения оценки в сознание реципиента. Они обращаются к традиционной для политического дискурса метафорической модели дома. Кризис побуждает Д. Медведева обратиться к метафорической модели болезни.

Можно говорить о том, что образ демократичного лидера, чиновника во главе государства, который апеллирует к конституционным ценностям, пока не стал в российском политическом дискурсе более популярным, чем образ «царя», «сильной руки», что особенно важно в кризисных условиях. Ожидания аудитории

связаны с харизматичным, не шаблонным отражением волевых решений в языке.

ЛИТЕРАТУРА

Баранов А.Н. Словарь русских политических метафор / А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов. – М., 1994. – 330 с.

Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. – М., 1989.

Добросклонская Т.Г. Тексты массовой информации в культурологическом аспекте // Публицистика и информация в современном обществе. – М., 2000. – с. 70-83.

Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 263 с.

Караулов Ю.Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения // Язык и личность. – М., 1989. – С. 3-8.

Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцева. – М. : Советская энциклопедия, 1990.

Литературная энциклопедия терминов и понятий / под ред. А.Н. Николюкина. – М. : Интелвак, 2003. – 1600 стб.

Лотман Ю.М., Успенский Б.А. Роль дуальных моделей в динамике русской культуры (до конца XVIII века) // Успенский, Б.А. Избранные труды. – Т. 1. – М., 1994.

Маркелова Т.В. Лексема-узел «одобрять» // Филологические науки. – №3. – 1999. – С. 76-87.

Маркелова Т.В. Семантика оценки и средства ее выражения в русском языке : дис. ... д.ф.н. М., 1996.

Медведев Д.А. Послание Федеральному Собранию Российской Федерации [Электронный ресурс] / Д.А. Медведев. – 05.11.2008. – Режим доступа: http://www.kremlin.ru/appears/2008/11/05/1349_type63372type63374type63381type82634_208749.shtml.

Методология исследований политического дискурса : актуал. проблемы содержат. анализа обществ.-полит. текстов : [в 2 ч.] / под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. – Минск : БГУ, 1998-2000.

Ожегов С.И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов; под общ. ред. проф. Л.И. Скворцова. – 24-е изд., испр. – М. : Оникс: Мир и Образование, 2007. – 640 с.

Паршин П.Б. Понятие идеополитического дискурса и методологические основания политической лингвистики [Электронный ресурс] / П.Б. Паршин. – 1999. – 407 с. Режим доступа: www.elections.ru/biblio/lit/parshin.htm.

Поцепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века. М., 2000.

Путин В.В. Послание Федеральному Собранию Российской Федерации [Электронный ресурс] / В.В. Путин. – 26.04.2007. – Режим доступа: http://www.kremlin.ru/appears/2007/04/26/1156_type63372type63374type82634_125339.shtml.

Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация / под ред. Л.П. Крысина; РАН ИРЯ им. В.В. Виноградова. – М. : Языки славянской культуры, 2003. – 568 с. – (Studia philologica).

Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX – XXI веков / Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН. – М. : Языки славянских культур, 2008. – 712 с. – (Studia philologica).

Формановская Н.И. Речевое взаимодействие : коммуникация и прагматика. – М. : ИКАР, 2007. – 480 с.

Чернявская Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия / В.Е. Чернявская. – М. : Флинта: Наука, 2006. – 136 с.

Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации [Электронный ресурс] / А.П. Чудинов. – Екатеринбург, 2003. – 248 с. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-03a.htm>.

Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие / А.П. Чудинов - М. : Флинта : Наука, 2008. - 256 с.

Шапочкин Д.В. Языковая личность в политическом дискурсе [Электронный ресурс] / Д.В. Шапочкин. – Режим доступа: <http://www.russian.slavica.org/article1906.html>.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал; Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград : Перемена, 2000. – 368 с.

Шмелева, Т.В. Ключевые слова текущего момента // Collegium. 2993. №3. – С. 33-41.

Эпштейн М.Н. Идеология и язык. Построение модели и осмысление дискурса. // Вопросы языкознания. №6. 1991. – С. 19-33.

© Дементьева М.К., 2009

Дунев А.И.

Санкт-Петербург, Россия

ИНТЕНТ-АНАЛИЗ ГРАММАТИЧЕСКИХ КАТЕГОРИЙ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

1. Необычайно высокий интерес к исследованиям, посвященным политической лингвистике и особенностям речевого

воздействия в этой сфере человеческой жизни, объясняется не только научной новизной, но и практической направленностью. Сочетание фундаментальных научных трудов с прикладным характером исследований делает эту лингвистическую область особенно привлекательной.

2. Изучение политического дискурса предполагает тесную связь воздействия речи и языковых средств, с помощью которых происходит влияние на сознание адресата. Речевое воздействие в политической деятельности осуществляется в соответствии с намерениями автора сообщения, поэтому актуальной и бесспорно интересной научной проблемой является выявление интенционального содержания высказывания и текста.

И.М. Кобозева, анализируя интенциональный компонент смысла высказывания, отмечает: «Сознавая всю сложность задачи моделирования распознавания интенционального содержания говорящего, мы вместе с тем нисколько не сомневаемся, что в том или ином виде соответствующий компонент входит в любую модель коммуникативного взаимодействия, и при его разработке следует полнее учитывать те описательные результаты, которые получены в семантических и прагматических исследованиях» [Кобозева 2003].

3. Для выявления намерений адресанта мы используем функциональный анализ грамматических категорий. Можно предположить, что именно грамматическая структура в её координации с лексическим представлением содержания способна выявить характер воздействия и интенциональное содержание текста [Дунев 2001].

Под грамматической структурой текста мы понимаем взаимодействие словообразовательных, морфологических и синтаксических средств, направленных на реализацию замысла. Общий замысел политического текста обусловлен «полем идей», нашедших своё воплощение и в лексической, и в грамматической структуре текста. Рассогласованность лексических и грамматических средств, как правило, является основной причиной неудачи в реализации замысла.

4. Исследование проводится на материале специфического речевого жанра – предвыборного политического манифеста. Для текста политического манифеста актуальным является воздействие на адресата с целью оказаться во власти либо сохранить свои позиции в ней. Результативность этого воздействия создается не только тематическим (предметным) содержа-

нием, но и потенциалом информативной структуры высказывания, его оформлением языковыми средствами. Информативная сторона высказывания обращена обычно к познавательному опыту собеседника, к анализу фактов, интерпретации причин и последствий событий. А скрытое воздействие осуществляется за счёт грамматических средств, представляющих глубинные структуры языка и более суггестивно воздействующих на сознание адресата.

5. Функциональный анализ грамматических категорий, позволяющий выявить интенциональность грамматических значений [Бондарко 1994], дополняется методикой интент-анализа – метода направленного лингвистического изучения намерений воздействия на адресата [Слово в действии 2000].

Сочетание функционального анализа грамматических категорий и разработанного научным коллективом психолингвистов интент-анализа позволяет выявить, классифицировать и описать интенции, проявляющиеся в текстах политических манифестов.

ЛИТЕРАТУРА

Бондарко А.В. К проблеме интенциональности в грамматике// Вопросы языкознания. 1994. №2.

Дунев А.И. Интерпретационный компонент в структуре интенционального содержания высказывания// Проблемы интерпретационной лингвистики: автор – текст – адресат. Межвузовский сборник научных трудов. – Новосибирск, 2001. – С. 95-100.

Кобозева И.М. К распознаванию интенционального компонента смысла высказывания (теоретические предпосылки) // Труды международной конференции Диалог'2003. // <http://www.dialog-21.ru/Archive/2003/Kobozeva.htm>

Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса / Под ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой. – СПб., 2000.

© Дунев А.И., 2009

Еремина С.А.

Екатеринбург, Россия

АВТОРИТЕТ УЧЕНОГО И ЧАСТНЫЙ СЛУЧАЙ РАСШИРЕНИЯ ЗНАЧЕНИЯ СЛОВА И СФЕРЫ ЕГО УПОТРЕБЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ

Динамика языкового развития, безусловно, столь ощутима, что нуждается в адекватном изучении и освещении. Использование языка современными СМИ и чиновниками вызывает тревогу и

озабоченность. Тем не менее есть и другая сторона, позитивная, свободы обращения со словом. Примером тому служат лексические и семантические новообразования, используемые в речи знаменитых ученых и писателей, интеллигентов.

«Интеллигент – это тот, чьи интересы и чья воля к духовной стороне жизни настойчивы и постоянны, не понуждаемы внешними обстоятельствами и даже вопреки им. Интеллигент – это не просто, так сказать, один квант интеллигенции и даже не обязательно представитель этого социального слоя, а человек, обладающий большой внутренней культурой, поэтому интеллигента можно встретить и в университетской аудитории, и в заводском цеху, и за штурвалом комбайна» [Крысин 2004: 512]. Добавим к этому, что слово интеллигента так же значимо, как и слово журналиста или члена правительства.

Общепризнанным символом, можно сказать, идеалом, русской интеллигенции давно уже стал академик Дмитрий Сергеевич Лихачев (1906-1999). Не случайно 2006 год, год столетия академика, Указом Президента В.В. Путина объявлен в Российской Федерации «Годом гуманитарных наук, культуры и образования – Годом академика Д.С. Лихачева».

Лихачев – ученый особого рода. Его книги обращены не только к научному сообществу, но и к самому широкому кругу читателей. Полные глубоких идей, открытий, они, тем не менее, написаны удивительно простым, подлинно красивым языком и не только доносят научные знания, но и воспитывают культуру. Воспитательное значение Д. С. Лихачева не меньше, чем собственно научное. Дмитрий Сергеевич реализуется как яркая языковая личность своих работах, интервью, выступлениях [Творогов 2001: 46].

С другой стороны, такие личности, как Д.С. Лихачев, формируют содержательную сторону русского национального языка. В известном смысле, авторитет Д.С. Лихачева приводит к тому, что мы стремимся подражать ученому: цитируя его, мы вводим в узус лексику личностной оценки, переводя данные языковые единицы в область лексики общественно и политически значимой.

В частности, отметим семантические процессы, которые происходят с одной лексической единицей – достоинство, как нам кажется, получившей расширенное значение и частично переосмысленной благодаря личности ученого.

Толковые словари (в частности, Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / РАН. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. Отв.ред.

Н.Ю. Шведова. – М., 2008: Издательский центр «Азбуковник») содержат следующий реестр значений данной леммы: 1. Положительное качество. В спектакле много достоинств. 2. Совокупность высоких моральных качеств, а также уважение этих качеств в самом себе. Ронять свое достоинство. Говорить с достоинством. Ниже своего достоинства считать что-н. (о чувстве самоуважения). Чувство собственного достоинства. 3. Значимость, ценность денежного знака, его стоимость (спец.). Банковый билет достоинством в 5 тысяч рублей. 4. То же, что титул (в 1 знач.) (устар.). Графское достоинство. <> По достоинству оценить кого – что – составить о ком – чем-нибудь правильное мнение. Каждый поступок будет оценен по достоинству.

Первое и второе значения, представленные в словарях, наиболее часто реализуются в текстах Д.С. Лихачева. К примеру, в «Письмах о добром и прекрасном»:

Одно правило в жизни должно быть у каждого человека, в его цели жизни, в его принципах жизни, в его поведении: надо прожить жизнь с достоинством, чтобы не стыдно было вспомнить. Достоинство требует доброты, великодушия, умения не быть узким эгоистом, быть правдивым, хорошим другом, находить радость в помощи другим. (2 значение)

Ради достоинства жизни надо уметь отказываться от мелких удовольствий и немалых тоже... Уметь извиняться, признавать перед другими ошибку – лучше, чем юлить и врать.

Часто говорят так: «Язык его статьи хороший, образный», и даже от классных работ в школе требуют образности языка. Между тем образность языка не всегда достоинство научного языка. (1 значение).

В то же время в речах 90-х годов встречается и новое, переосмысленное значение леммы достоинство – гордость и милосердие нации; а также авторитет народа, формируемый через создание гуманитарных институтов и сохранение исторической памяти.

Например, «Выступление Д.С. Лихачева в Пражском Карловом университете 18 декабря 1991 г. на церемонии присуждения ему степени почетного доктора университета»:

... темой своей короткой речи я избрал вопрос о том, что следует считать достоинством нации, народа.

К стране, к народу, к нации должны быть применены те же критерии достоинства, что мы применяем к отдельному человеку, к личности человека. Это мое главное убеждение.

В объем понятия человеческого достоинства Д.С. Лихачев включает следующие составляющие: ум, воспитанность, скромность, уживчивость с другими, неагрессивность, уважение к старикам, забота о детях, о будущих поколениях, доброта. Этот же набор качеств переносится и на понятие достоинство государства. Синонимом достоинства оказывается авторитет, ср.: ... авторитет страны должен измеряться не числом танков, а числом известных авторитетных университетов, числом больниц, госпиталей, хороших школ, качеством науки, музыки, живописи и т.д., трудолюбием народа, поведением населения. ... следует обратить внимание и на отношение к другим народам...

Один из самых высоких показателей достоинства народа – это отношение к своему культурному наследию. Это и показатель самоуважения. Лексема самоуважение также выступает синонимом достоинству.

Цитаты из текстов Д.С. Лихачева показывают, что происходит расширение значения конкретного слова, относящегося к личной сфере с одновременной его политизацией. Именно Д.С. Лихачев вводит в обиход такое расширенное понятие. Слово достоинство расширяет сферу своего употребления и вместе с этим увеличивает возможности сочетаемости, что говорит о положительных активных процессах, происходящих в языке.

ЛИТЕРАТУРА

Крысин Л.Г. Русский язык сегодня. – М., 2000.

Крысин Л.П. Русское слово, свое и чужое. – М., 2004.

Лихачев Д.С. Письма о добром и прекрасном. – Л., 1989.

Лихачев Д.С. Университетские встречи. – СПб., 2006.

Мир гуманитарной культуры академика Д.С.Лихачева. – М., 2001.

Неизвестный Лихачев. Неопубликованные материалы из архива Российского фонда культуры / Под ред. Л.М. Аринштейна. – М.: Российский фонд культуры, 2006.

Творогов О.В. Портрет Лихачева запечатлен в его трудах// Мир гуманитарной культуры академика Д.С.Лихачева. – М., 2001.

Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / РАН. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. / Отв.ред. Н.Ю. Шведова. – М.: Издательский центр «Азбуковник». 2008.

© Еремина С.А., 2009

Жикеева А.Р.

ЯЗЫКОВАЯ ПОЛИТИКА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Судьбы языков в полиэтническом государстве определяются языковой политикой. Языковая политика относится к числу важнейших факторов, влияющих на формирование языковой ситуации. В социолингвистической литературе по-разному определяется смысл данного понятия. Одни полагают, что это есть ни что иное как языковой аспект партийно-государственной политики по национальному вопросу (М.И. Исаев). Другие видят в ней регулирование функциональной и структурной сторон языка (В.А. Аврорин). Функциональный аспект в языковой политике выделяют Н.А. Катагощина и Н.Б. Мечковская. При этом Н.А. Катагощина наделяет термин «языковая политика» значением «сознательного и целенаправленного воздействия на языки» в определённой языковой ситуации, а Н.Б. Мечковская видит в искомой дефиниции четыре компонента: а) теоретическую программу и её пропаганду; б) юридическую регламентацию взаимоотношений языков; в) административное регулирование; г) экономические меры [Аюпова 2006: 89]

При разработке и проведении языковой политики важен учёт сложившейся языковой ситуации. Языковая ситуация всегда привязана к определённой территории и может быть определена как совокупность форм существования одного языка или совокупность нескольких языков в их социальном и функциональном взаимодействии в пределах определённых территорий: регионов или административно-политических образований. Языковая ситуация обычно отражает существующие социально-экономические условия жизни общества. Как она сама, так и связанные с ней коммуникативные отношения исторически обусловлены и вытекают из ситуаций и состояний предшествующего времени и хранят в себе элементы будущего развития. Для понимания процессов, происходящих в микросоциальной общности, необходим анализ языковой ситуации в Казахстане, которая является необходимой предпосылкой формирования языковой политики в области функционирования языков в обществе в целом и в любой микросоциальной общности.

Языковая политика приобретает особую важность в полиэтническом обществе, где каждый этнос разговаривает на своём языке. Смысл языковой политики здесь состоит в выборе одного языка, который становится универсальным средством коммуникации в масштабах всего общества. Языковая политика предпо-

лагает языковое регулирование. Под языковым регулированием мы понимаем целенаправленное воздействие на характер и сферу употребления языка; на систему и форму существования языка, осуществляющееся преимущественно путём принятия законодательных актов или каким-либо иным способом со стороны государственных органов конкретного национально-территориального образования.

В языковой политике Республики Казахстан можно выделить четыре этапа: первый этап (1920-1938) характеризуется паритетным казахско-русским двуязычием. В рамках этой политики сразу после образования Казахской АССР были предприняты шаги на обеспечение совместного функционирования русского и казахского языков в различных сферах общественной жизни. До конца 30-х годов государственность русского и казахского языка способствовала становлению управляющих кадров республики. Впоследствии, в республике сложилась несколько иная, нежели в предшествующий период, демографическая и лингвистическая ситуация. Она начала складываться примерно с конца 30-х годов, после принятия Постановления «Об обязательном изучении русского языка в школах национальных республик и областей» (13 марта 1938 г.) [Советкин 2000]. Постановления по русскому языку были приняты в 1948, 1967, 1978, 1983 г., но при этом языки других национальностей не были удостоены такого внимания. Ситуация усугубилась в последующие годы за счёт фактора многоязычия, созданного в результате эвакуации, миграций населения в Казахстан в разные годы массовых репрессий в отношении деятелей казахской национальной культуры. Таким образом, с конца 1930-х гг. Казахстан как союзная республика СССР вступил в новый этап языковой политики (1938-1987) характеризующейся доминированием русского языка и периферизацией казахского языка. Сфера применения русского языка в Казахстане расширялась. Увеличивалось количество его носителей в результате приобщения местного населения к индустриальным формам производства и включения в соответствующую социальную и культурную среду. При этом двуязычие нерусских развивалось за счёт забвения родного языка. Кроме русского, все языки, признавались бесперспективными. Степень владения другими языками никак не отражалась на продвижении по служебной лестнице. Возникает необходимость в научно обоснованной языковой политике, в первую очередь, в Законе о языках, который и был принят осенью 1989 г.

Принятие этого Закона явилось значительным шагом вперёд в решении национальных и языковых проблем. Он знаменует собой третий этап в языковой политике Казахстана (1987-1995). Данный этап характеризуется форсированным повышением статуса казахского языка за счёт административных мер. Принятым Законом о языках были определены статусы языков: казахского – государственный, русского- язык межнационального общения. Начиная с 1989 г. был принят ряд мер, направленных на повышение статуса и роли казахского языка в общественной жизни. Преимущество отдавалось административным мерам, вместо работы по расширению функционирования языка среди жителей. В результате обострения миграционной ситуации, в июне 1994 года Президент провозглашает «новый курс в области межнациональных отношений», заявив, что «забегание и перегибы в государственной языковой политике должны быть изжиты принятием нового закона о языках...» [Базарбаева 2002]. Принципиальным отличием закона 1997 г. «О языках в Республике Казахстан» от закона 1989 г. «О языках в Казахской ССР» является значительное повышение статуса государственного казахского языка и изменение статуса русского языка. Если, согласно прежней редакции, русский язык являлся языком межнационального общения и Республика Казахстан обеспечивала свободное функционирование русского языка наравне с государственным, то в новой редакции 1997 г. исключено понятие языка межнационального общения, а русскому языку фактически предоставлен статус официального языка, функционирующего наравне с государственным. «Время показало, что в Казахстане мы очень точно нашли место двум самым распространённым языкам - казахскому и русскому. Важной особенностью нашей государственной национальной политики, является сознательная политика двуязычия. В результате у нас не возникло политической напряжённости между носителями именно потому, что мы осознали реальное значение этих языков в жизни наших народов, что способствует политической стабильности в обществе», - сказал президент РК Н.А. Назарбаев в одном из своих выступлений на ассамблее народов Казахстана [Назарбаев 1995].

Анализ языковой ситуации в Республике Казахстан без изучения национально – русского и, в частности, казахско-русского двуязычия был бы неполным, поскольку понять и оценить роль двуязычия в обществе можно только в случае, если рас-

сма­тривать его как составную часть языковой ситуации. Не­об­хо­ди­мо под­чер­кнуть, что сба­лан­си­ро­ван­ная, на­уч­но-обос­но­ван­ная языковая политика в полиэт­ни­че­ском Казахстане, который выбрал курс на двуязычие в рес­пуб­ли­ке является важным фак­то­ром политической ста­биль­но­сти, что, в ко­неч­ном счете, со­дей­ствует межэт­ни­че­скому со­гласию и консолидации казах­стан­ского общества.

ЛИТЕРАТУРА

Аюпова Л.Л. Социоллингвистика. – Уфа, 2006. – С.89

Советкин Ф.Ф. Избранные труды. – Саранск, 1980. – Т. 2. – С. 41

Базарбаева Г.А. Становление и развитие языковой поли­ти­ки в Рес­пуб­ли­ке Казахстан. – Алматы, 2002.

Назарбаев Н.А. Выступления на ассамблее // Казахстан­ская правда. – 30 марта 1995.

© Жикеева А.Р., 2009

Завьялова Н.А.

Екатеринбург, Россия

ДИСКУРС ИЗВИНЕНИЯ В ЯПОНО-КИТАЙСКИХ ОТНО­ШЕНИЯХ ПО ВОПРОСУ ВОЕННОГО КОНФЛИКТА В НАНКИНЕ

Жанр извинения достаточно хорошо изучен в современной российской и западно-европейской лингвистике. В нашем случае мы обратимся к извинению как к дискурсу, так как именно в дис­кур­се учитываются не только языковые единицы и конструкции, но и социально-политические, исторические, фоновые ха­рак­те­ристики субъектов, а также допустимы оценочные коммента­рии [1]. Материалом исследования послужили статьи в сети Интернет, посвященные японо-китайским военным конфликтам.

Во время второй японо-китайской войны в 1937 г. солдаты Императорской армии Японии уничтожили 500 тыс. мирных жителей Нанкина, тогдашней столицы Китайской Республики. В ходе военных действий японцами были зверски изнасилованы более 20 тыс. женщин, главным образом китайнок. Девушек и женщин насильственно или под предлогом трудоустройства вы­во­зили из домов и превращали в сексуальных рабынь в военных лагерьх японцев [2].

Во второй половине XX-го в. китайские власти настоя­тельно требуют от японцев принесения официальных извинений пострадавшим китайнкам. Японское руководство в свою очередь настаивает на том, что солдаты японской армии насильственно не принуждали китайнок к сексуальным контактам (число, кото-

рых по заявлениям доживших до наших дней тогдашних *ianfu* – женщин для удовольствия – достигало 40 за сутки), а всего лишь были клиентами официальных китайских публичных домов. При этом некоторые японские политики сравнивают данные заведения с современными молодежными дискотеками, где спрос рождает предложения [3].

В контексте японской и китайской культур официальное извинение предполагает *публичную* саморефлексию извиняющейся стороны, сопровождаемую самоуничижением и признанием себя глубоко виновным. Именно на подобного рода извинениях (**daoqian**, по-китайски, или **kokai**, по-японски) настаивают китайцы. Японский кабинет министров, начиная с 1993 г., выносит резолюцию по Нанкину, ключевой лексемой которой является **hensei** – проступок [4]. Причем окончательное принятие данной резолюции постоянно блокируется японским парламентом.

Японцы предпринимают попытки загладить свою вину перед китайцами. В Японии организован неправительственный фонд, выплачивающий денежные компенсации бывшим нанкинским «женщинам для удовольствия». Однако большинство жертв отвергает данную инициативу и настаивает на официальном извинении японских властей. Особенностью обсуждаемого японо-китайского диалога является вступление в него третьей стороны – США. 31 января 2007 г. Палата Общин на 110-ом конгрессе приняла резолюцию, согласно которой Японии следует:

1. Официально признать факт насильственного принуждения китайянок к сексуальному рабству, начиная с 1930 г. и на протяжении всей Второй мировой войны;
2. Принести Китаю официальные извинения в лице премьера министров Японии;
3. Официально отказаться от отрицания факта насильственного принуждения «женщин для удовольствия» к сексуальным контактам;
4. Донести до настоящего и будущих поколений раскаяние в содеянных злодеяниях и оказывать почет и уважение жертвам данного преступления [5].

Реакция японской стороны на данную декларацию была резко отрицательной. Более того, японцы выдвигают положение о том, что именно они и есть настоящие жертвы Второй мировой войны, припоминая американцам Хиросиму и Нагасаки.

Думается, что данный разговор далек от своего завершения, так как ни одна сторона не согласна признать себя винов-

ной. Любопытным представляется публичный аспект данной полемики. История Второй мировой войны и других войн знает немало примеров преступлений сексуального характера. Однако, как правило, они не получают широкой огласки. В данном случае мы имеем дело с широко обсуждаемым международным феноменом. Безусловно, 20 тыс. женщин (по некоторым источникам намного больше) – внушительная цифра. Считаем, что в данном случае можно говорить и о современной войне китайских и японских мужчин, разыгрывающих историческую карту, нарисованную мрачными красками женских страданий.

ЛИТЕРАТУРА

Конецкая, В. П. Социология коммуникации [Текст] / В. П. Конецкая // Международный университет бизнеса и управления. – М., 1997. – 120 с.

«Резня в Нанкине» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 29.08.2009)

<http://www.nytimes.com/2007/03/02/world/asia/02japan.html> (дата обращения: 29.08.2009)

Японско-русский словарь. Около 70000 слов [Текст] / под ред. Б.П. Лаврентьева. – 4-е изд. – М. : «Русский язык», 1984. – 694 с.

<http://www.thomas.gov/cgi-bin/query/D?c110:1:./temp/~c110A fUE5F::> (дата обращения: 29.08.2009)

© Завьялова Н.А., 2009

Зайцева Е.Л.

Харитоновна Л.А.

Чебоксары, Россия

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ОЦЕНКИ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ В РОССИИ

(на материале французских политических дискурсов)

События, происходящие в России и, прежде всего, в российской политике, находят отражение в современной французской прессе и чаще всего подвергаются отрицательной оценке. Отрицательная оценка внутрироссийской ситуации передается в дискурсах как эксплицитно, так и имплицитно. В следующем дискурсе отрицательная оценка проявляется уже в заголовке:

Le témoignage du survivant du commando tchéchène de Beslan, jugé en Ossétie du Nord, contredit la version russe (Le Monde 08.06.05)/ Показания выжившего в Беслане чеченского боевика, осужденного в Северной Осетии, противоречат российской версии.

Объект оценки не номинирован эксплицитно, но адресат ассоциирует объект оценки с негативной политической ситуацией в России. В заголовке за счет использования слова *contredit / противоречит* адресат имплицитно передает следующую информацию: если нет совпадения в показаниях боевика и официальном расследовании, значит, официальная сторона дает неправильную информацию, что и является негативно расцениваемым фактом. При этом следует отметить, что конкретная номинация *commando/ боевик, боец диверсионного отряда* в западной реальности связана скорее с положительными коннотациями (обусловленными образом героя-освободителя из кинофильмов), чем с отрицательными. В результате в сознание адресата внедряется мысль о не совсем честном расследовании, проводимом официальными российскими властями. Подобная интерпретация заголовка получает дальнейшую конкретизацию и облекается в конкретные языковые формы, эксплицитно передающие отрицательно-оценочную информацию. Очень часто отрицательная оценка всего российского передается во французской прессе открыто, в эксплицитной форме.

Alors que l'enquête conduite par une délégation du Parlement russe (Douma et Conseil de la Fédération) n'a jamais vraiment abouti et que de nombreuses zones d'ombres subsistent encore sur les trois jours de la prise d'otages, les habitants de Beslan n'ont cessé, ces derniers mois, de manifester leur mécontentement, multipliant les manifestations de rue et allant jusqu'à bloquer les routes de la petite république caucasienne pour exiger que la lumière soit faite et réclamer la démission du président ossète (Le Monde 08.06.05)/ *В то время как расследование, проводимое делегацией российского парламента, ни к чему конкретному не пришло, и множество белых пятен все еще остается от-носительно трех дней захвата заложников, жители Беслана не переставали проявлять свое недовольство властью, увеличив количество уличных демонстраций и даже заблокировав дороги маленькой кавказской республики, требуя, чтобы на события наконец пролился свет, и Президент Осетии ушел в отставку.*

Объект отрицательной оценки – представители государственной власти, вербализованные как *délégation du Parlement russe/ делегация российского парламента, président/ президент*. Адресат получает следующие сведения: власти не принимают всех необходимых действий, а народ откровенно

недоволен таким поведением власти. Таким образом, вербализуется негативное отношение к объекту оценки. Носителем отрицательной оценки является эксплицитно-оценочная лексика *n'a jamais vraiment abouti / ничего конкретного не достигло, nombreuses zones d'ombres / множество белых пятен, mécontentement / недовольство властью*. Последнее слово конкретизируется при описании предпринимаемых действий (манифестации и блокирование дорог), что способствует интенсификации отрицательной оценки. В данном отрывке используется политический термин с устоявшимся отрицательным значением *démission / отставка*. Использование этого термина имплицитно передает следующую информацию: если население требует отставки Президента, то Президент не соответствует занимаемой должности, у Президента есть плохие качества. Подтверждение такой имплицитной информации можно найти в следующем словосочетании: *exiger que la lumière soit faite / требуя, чтобы на события наконец пролился свет*, то есть имплицитно выражается мысль об отсутствии надлежащих действий со стороны властей, что может расцениваться только как отрицательный факт.

Негативные качества властей вербализуются и в следующем высказывании:

le président ossète Alexandre Dzassokhov, critiqué par la population locale pour sa piètre gestion de la crise... / Президент Осетии А. Дзасохов, которого местное население критикует за его ханжеское отношение к кризисной ситуации...

Объект оценки вербализуется именем собственным Alexandre Dzassokhov. В высказывании используется лексика с оценочным компонентом «плохо» в словарном значении: *critiqué / критикуемый* – подразумевает наличие негативных качеств у объекта оценки; *piètre / ханжеский* – обозначает это негативное качество; *crise / кризис* – отрицательно характеризует речевую ситуацию, виновником которой является объект оценки. Адресат понимает, что объект оценки допустил возникновение кризиса и не может его разрешить.

В заключении дискурса автор завершает негативную характеристику объекта оценки, цитируя высказывания жителей города:

La nomination de M. Mamsourov a cependant mécontenté les habitants de la petite ville martyre. «Voilà des mois que nous demandons le limogeage du président ossète et de son équipe, bref de tous ceux qui étaient en charge au moment du drame. Et Dzassokhov parti, voilà qu'il est remplacé par son plus proche

compagnon, que nous appelons «Dzassokhov-bis»/ Назначение М. Мамсурова вызвало неудовольствие у жителей маленького города-мученика. «Уже 2 месяца мы просим отставки Президента Осетии и его окружения, то есть всех, кто был у власти на момент драматических событий. Дзасохов ушел, но его заменил его ближайший соратник, которого мы зовем Дзасохов номер два».

Объект оценки номинируется как *Mamsourov / Мамсуров; président ossète et son équipe/ Президент Осетии и его окружение; tous ceux qui étaient en charge / всех, кто был у власти; son plus proche compagnon/ его ближайший соратник*. На основе отрицательно-оценочного политического термина *limogeage/ отставка* отрицательно-оценочные коннотации возникают у имени собственного (*Dzassokhov*). Очевидно, что дальнейшее употребление этого имени собственного в любых контекстах будет связано в сознании адресата с негативными ассоциациями. Интенсификатором отрицательной оценки для слов *Dzassokhov* и *son équipe* служит слово *drame /драматические события*, в данном случае обозначающее трагедию в обществе. За счет отрицательных коннотаций имени собственного *Dzassokhov* следующее словосочетание *son plus proche compagnon / его ближайший соратник* получает отрицательно-оценочную коннотацию. Автор употребляет слово с точной номинацией *mécontenté/ неудовольствие*, передающее отрицательный эмоциональный настрой субъекта оценки по отношению к объекту. В статье нет лексики с положительным оценочным значением, которая могла бы компенсировать негативный заряд.

Проанализированные дискурсы отражают ситуацию, характерную для французской прессы в целом: характер оценки объекта, условно обозначаемого как «российский и союзный российскому», можно квалифицировать как сильно-отрицательный. Создатели дискурсов используют лексику с эксплицитно-выраженным компонентом «плохо» в значении лексических единиц. Действия такого объекта оценки, если их разместить на аксиологической шкале экспрессивности, можно условно обозначить оценочными предикатами «плохо» и «очень плохо».

© Зайцева Е.Л., Харитоновна Л.А., 2009

Иванова С.В.
Уфа, Россия

КУЛЬТУРНО-ЯЗЫКОВОЙ ЗНАК

КАК ЕДИНИЦА ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Целью данной работы является демонстрация исследовательского потенциала культурно-языкового знака как единицы лингвокультурологического анализа политического дискурса или текста. Возможность выделения культурно-языкового знака в качестве единицы лингвокультурологического исследования обусловлено семиотическим характером языка и культуры как составляющих единого семиотического пространства [Лотман 1999: 164-165]. Базовыми понятиями для выделения данной единицы служат существующие в культурологии понятия «культурный знак» и «культурный смысл». Для культуролога культурный знак представляет собой явление культуры, в котором закодирована социальная информация. Соответственно, культурный знак неотделим от культурного смысла, то есть «субъективной определенности» [Культурология 2005: 114], которая возникает на почве культуры как системы ценностей. Таким образом, в культурологии «знак есть чувственно воспринимаемый материальный предмет, а его значение (смысл, информация) – продукт духовной деятельности людей» [Культурология 2005: 116]. Политический дискурс, понимаемый как дискурс, относящийся к политической сфере общества, для обеспечения своей эффективности, должен быть, прежде всего, обращен к национально-культурному сознанию слушателя, а потому он не может не эксплуатировать ценности общества. Вместе с тем, как было уже сказано, ценностная составляющая является неотъемлемой частью культурного смысла, который понимается как некое порожаемое в процессе коммуникации содержание, посредством которого утверждается значимость того или иного фрагмента действительности (объекта, действия) для микрокосма лингво-культурного сообщества. В данном случае точкой отсчета является философское понимание смысла как акта, сообщающего вещи некую ценность, благодаря чему «человек ставит эту вещь в связь со своим микрокосмом» [ФЭС 2000: 420].

Для лингвокультуролога культурный знак предполагает опредмеченность некоего артефакта (т.е. предмета культуры) посредством знаков вербального, языкового кода. Принимая во внимание данное обстоятельство, более правильно было бы назвать этот новый знак, возникший на основе взаимодействия языка и культуры, **культурно-языковым знаком**, что, с одной стороны, указывало бы на его референтную область, а, с другой

стороны, на способ представления. С точки зрения лингвистики смысл возникает в речевой деятельности как результат субъективного переживания и, соответственно, предполагает актуализацию в единицах речи. В этом плане культурный смысл также «творится» в речи, но, вместе с тем, он уже может быть закреплен за культурно-языковым знаком предшествующим многократным употреблением. Используя вербализованный культурный знак, говорящий актуализирует закрепленные за ним культурные смыслы, что, тем не менее, не лишает его возможности создавать новые культурные смыслы на базе имеющихся языковых знаков и системы культурных ценностей.

Культурные смыслы, которые изначально порождаются культурными знаками, а в дальнейшем уже стабильно закрепляются за ними, непосредственно связаны с культурными архетипами – генерируются ими и подпитываются той культурной средой, в рамках которой они и рождаются. Отношения между культурными смыслами, культурными знаками и культурными архетипами – это отношения взаимодействия, взаимозависимости и взаимопорождения. Слоган выборной кампании России в 1996 г. «*Голосуй сердцем*» мог родиться только в России, где архетипично обращение к душе, а не к разуму: только сердце может почувствовать правду и подсказать правильный выбор. «*Вера, надежда, любовь*» – три неизменные спутницы русского самосознания – были, соответственно, в рамках той же логики избраны в качестве весомого аргумента в выборе политической власти. Слоганом американской предвыборной кампании 2008 года явилось сакраментальное, ставшее всесильным для американского самосознания **Yes we can**. Спичрайтеры и политпиратки попали в десятку – в один их главнейших культурных архетипов американского лингво-культурного сообщества. **Yes we can** уже стало прецедентным высказыванием, оно стало мощнейшим культурным знаком, обращенным к архетипическим смыслам, постоянно поощряемым и бесконечно вербально подтверждаемым в американском дискурсе.

Таким образом, культурно-языковой знак является ключом к системе ценностей определенного лингво-культурного сообщества, экстерииоризацией культурных архетипов и той зацепкой, которую использует человек говорящий при декодировании речевого сообщения посредством распредмечивания лингво-культурного кода, понимаемого как «система культурно-языковых соответствий, характеризующая то или иное лингво-культурное

сообщество и выработанная им в процессе познания и описания окружающей действительности» [Иванова 2007: 40].

ЛИТЕРАТУРА

Иванова С.В. Об основных понятиях и категориях лингвокультурологии // Когнитивные и семантические аспекты единиц языка и речи: Сб. науч. ст. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2007. – С. 40 - 46.

Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. – М.: «Языки русской культуры», 1999.

Культурология / Под ред. Ю.Н. Солоника, М.С. Кагана. – М.: Высшее образование, 2005.

Философский энциклопедический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2000.

© Иванова С.В., 2009

Ильина О.В.

Екатеринбург, Россия

СТЕРЕОТИПЫ В ПРЕДВЫБОРНЫХ ТЕКСТАХ

Предвыборная политическая коммуникация отличается компрессией языковых средств воздействия, которые позволяют кратко, емко, доступно и эффективно выразить те или иные политические идеи. При этом предвыборный текст «должен отражать как характеристики объекта политической рекламы (политическую позицию партии, основную идею данной предвыборной кампании и т.д.), так и ожидания целевой аудитории в частности и состояние массового сознания в целом в данный промежуток времени» [Жданова 2008: 429]. Особую роль в таком воздействии на избирателя играют стереотипы массового сознания. Стереотипы, во-первых, упрощают и упорядочивают общение, систематизируют сложную информацию, получаемую человеком из окружающей среды, во-вторых, обеспечивают самоопределение индивидов в социально-групповом пространстве относительно общности «своих» и «не своих» [См.: Прохоров 1997: 67-71; Хотинiec 2002: 269-270].

«Стереотип – стандартное мнение о социальных группах или об отдельных лицах как представителях этих групп. Стереотип обладает логической формой суждения, в заостренно упрощающей и обобщающей форме, с эмоциональной окраской приписывающего определенному классу лиц определенные свойства или установки, - или, наоборот, отказывающего им в этих свойствах или установках» [Демьянков 1996: 177-178]. Стереотип объективируется в речи типовыми средствами.

Мы проанализировали предвыборные тексты избирательной кампании по выборам депутатов Государственной Думы 2007 года. И политологи, и журналисты отметили, что особенностью этой избирательной кампании стало размывание, однообразие предвыборных программ. Одни и те же стереотипы тиражировались в текстах предвыборных выступлений почти всех партий. Рассмотрим некоторые из них.

Одной из ключевых идей стала идея социальной справедливости. Например: *Когда наши старики получают нищенские пенсии, **справедливо?** Нет. Мне стыдно и у меня просто сердце кровью обливается, когда я понимаю, что это **несправедливо. Не могут жить люди так бедно в такой богатой стране*** (Сергей Миронов, «Справедливая Россия»). Реализуется презумпция «несправедливости распределения богатства». Выход из этой ситуации находится в стереотипном представлении о необходимости «перераспределения материальных благ». Власть стереотипно воспринимается как носитель обязанностей, субъект, способный восстановить справедливость. Она должна обеспечивать людей, контролировать распределение средств, следить за порядком. В предвыборных текстах оппозиционных партий при обсуждении «партии власти» и руководства страны реализуются стереотипные утверждения «власть должна помогать бедным, но не помогает», «представители власти думают только о собственном обогащении»: ***Перераспределять ресурсы, которые идут от нефти, должно общество в целом. Чтобы это все перераспределялось и доходило до тех людей, которым это нужно, а чтобы чиновники не воровали*** (Максим Петлин, «Яблоко»).

Воспроизводятся стереотипные представления о субъектах-носителях признаков «богатый/ бедный» и объектах, которыми обладают богатые и бедные. Например, частотны номинации субъектов-носителей признака «бедный», объединенные смыслом «лицо по профессии, находящееся на государственном финансировании». Лексическое значение таких номинаций регулярно получает приращение «небогатый, не обладающий средствами, обеспечивающими средний уровень жизни»: ***Мы не бедные, мы нищие...Что можно позволить на нашу среднюю зарплату в 5, пусть даже в 12 тысяч? Нищий рабочий, врач, учитель, военный, милиционер, студент – это позор. Такого позора еще не было в России*** (Владимир Жириновский, ЛДПР). В представлении о *достойной жизни* стереотипно вклю-

чается самое необходимое: это такие объекты обладания, как *продукты питания, поездки на курорты, машина* и др. Можно сказать, что в политической рекламе реализуется распространенная точка зрения на труднодостижимое стандартное качество небедной жизни.

Конечно, представленность рассмотренных стереотипов зависит от политической позиции партии, точно в предвыборных текстах появляются негативные рефлексивные суждения о тиражируемых стереотипных представлениях о *богатых* и *бедных*. Но некоторые стереотипы массового сознания в силу их устойчивости и распространенности активно воспроизводятся в предвыборных текстах партий с разными политическими позициями.

ЛИТЕРАТУРА

Демьянков В.З. Стереотип // Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Под общей редакцией Е.С. Кубряковой. М.: Филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996.

Жданова Л.А. Ключевые слова в лозунгах политических партий // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: Материалы 2-й Международной конференции / Сост. М. В. Володина. – М., 2008.

Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. – М., 1997.

Хотинец В.Ю. О возможности отражения в этнических стереотипах типичных черт этнического характера // Идентичность и толерантность. – М., 2002.

© Ильина О.В., 2009

Иссерс О.С.
Шейкман М.М.
Омск, Россия

«КРЕМЛЕВСКИЙ РЕПОРТАЖ» НАЧАЛА XXI ВЕКА: МЕТАМОРФОЗЫ ЖАНРА

Важнейшую роль в процессе формирования и трансформации имиджа главы государства играют средства массовой информации. Освещением его деятельности занимаются профессиональные журналисты – так называемый «кремлевский пул». Он включает в себя специально аккредитованных журналистов крупных печатных изданий, телеканалов, радиостанций и

информационных агентств. Журналисты пула присутствуют на значимых российских событиях, проходящих с участием первого лица государства, сопровождают президента в ходе его визитов. Пул существовал при Б.Н. Ельцине, В.В. Путине и продолжает свою работу при Д.А. Медведеве [Кремлевский пул: Электронный ресурс].

За годы существования «кремлевского пула» традиционный журналистский репортаж о событиях с участием главы государства трансформировался в новый жанр - «кремлевский репортаж». Впервые это обозначение жанра появилось в предисловии А. Васильева к книге А. Колесникова «Я Путина видел» [Колесников 2005: 3]. Сегодня такого рода материалы регулярно публикуются в федеральных и региональных изданиях - «Коммерсантъ», «Российская газета», «Ведомости» и др.

В научной литературе изучение особенностей информационного жанра «репортаж», как правило, ограничивается кратким описанием истории его становления и перечнем практических рекомендаций по его написанию. В то же время феномен жанра «кремлевский репортаж», сформировавшийся в начале XXI века, еще не был предметом специального лингвистического анализа.

В соответствии с традиционной классификацией журналистских жанров, репортаж – это «публицистический жанр, дающий наглядное представление о событии через непосредственное восприятие автора – очевидца или участника события» [Тертычный 2005:156]. Задача любого репортажа заключается прежде всего в том, чтобы дать аудитории возможность увидеть описываемое событие глазами очевидца – журналиста, то есть создать так называемый эффект присутствия [Шибанова: Электронный ресурс: 55].

Цель исследования – изучить пути становления и жанровые признаки современного «кремлевского репортажа» и определить его роль в формировании имиджа первого лица государства. Материалом послужили статьи А. Колесникова, опубликованные в изданиях ИД «Коммерсантъ» в 2008-2009 гг. и его книге «Раздвоение ВВП: как Путин Медведева выбрал» (М., 2008), а также публикации в региональной прессе.

Существует мнение, согласно которому все официальные репортажи о визитах первого лица государства абсолютно одинаковы. Однако изучение фактического материала показывает, что структура репортажа, стилевые особенности, расставленные

акценты определяются не только спецификой самого издания, его форматом, целевой аудиторией, но и установкой (стратегией), дискурсивным стилем журналиста.

Сопоставление типических признаков жанра традиционного официального репортажа и «кремлевского репортажа» начала XXI века позволило увидеть отличительные особенности последнего и выявить приемы иронического описания событий, характерные для трансформированного жанра. Все они подчинены главной задаче – писать о президенте интересно, как несколько лет назад подчеркнул бывший главный редактор «Коммерсанта» А. Васильев.

Наблюдение за особенностями «кремлевских репортажей» отдельных журналистов позволяет говорить о том, что последние активно участвуют в процессе формирования, укрепления или трансформации имиджа первого лица государства.

Изучение особенностей функционирования «нового старого» жанра официального репортажа актуально как в свете формирования имиджа президента, так и в аспекте формирования новых практик современного политического дискурса.

ЛИТЕРАТУРА

Кремлевский пул. Жизнь президентского обоза. [Электронный ресурс] [http:// www.compromat.ru](http://www.compromat.ru).

Колесников А. Я Путина видел. – М., 2005.

Колесников А. Раздвоение ВВП: как Путин Медведева выбрал. – М., 2008.

Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М., 2005.

Шibaева Л.В. Жанры в теории и практике журналистики [Электронный ресурс] [http:// www.library.cjes.ru](http://www.library.cjes.ru).

© Иссерс О.С., Шейкман М.М., 2009

Каблуков Е.В.

Екатеринбург, Россия

ФАМИЛЬЯРНОСТЬ КАК ХАРАКТЕРНАЯ ЧЕРТА СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

К показателям фамильярности относят «небрежность тона и произношения <...>, неоправданный выбор "домашнего" имени <...>, когда возраст собеседника и ситуация общения не располагают к этому, жестовую навязчивость (похлопывание по плечу, рукопожатие), использование сниженной лексики – просторечной, жаргонной» [Матвеева 2003: 377]. Фамильярное общение характерно не только для бытового или медийного, но и для по-

литического дискурса [о политическом дискурсе см.: Шейгал 2000]. Более того, в последние годы фамильярная тональность вторгается и в наиболее значимую часть российской политической коммуникации – в выступления первых лиц государства. Проиллюстрируем это с помощью нескольких примеров.

1. Небрежность тона и произношения. Особенно показательным здесь является общение В.В. Путина и Д.А. Медведева в период, когда президент Путин определился со своим приемником. В это время В.В.Путин при обращении к вице-премьеру и при употреблении имени последнего использует чрезвычайно редуцированное *Дмит Тоич*, а Д.А.Медведев называет президента *Влади Владимычем*, что, безусловно, выглядит как проявление небрежности, несвойственной коммуникации такого уровня.

2. Использование имени, не соответствующего ситуации общения. В период президентства Б.Н. Ельцина аудитория СМИ впервые наблюдала за «ты-общением» глав государств – так в политический обиход вошли номинации по имени, в том числе номинации типа *друг Борис*, *друг Билл*, *друг Гельмут* (вместо общепринятого имени и отчества или конструкции «господин + фамилия»), что нехарактерно для официального общения в данной сфере и потому воспринимается как фамильярность. Традиция была продолжена при президенте Путине (*Владимир*, *Сильвио*, *Джордж*), а теперь и при Д.А. Медведеве (*Дмитрий*, *Барак*).

3. Употребление сниженной лексики. Обычно это свойственно оппозиционерам, которые порой достаточно резко критикуют правящий режим и при этом активно используют окрашенную лексику, в т.ч. инвективную. Однако В.В. Путин изменил ситуацию: он, еще будучи премьер-министром при Б.Н. Ельцине, в публичных выступлениях использовал достаточно грубую лексику: *Мы будем преследовать террористов везде, в аэропорту – в аэропорту. Значит, вы уж меня извините, в туалете поймает, мы и в сортире их замочим* (цит. по: <http://vlasti.net>). Манера выступлений не изменилась, и когда В.В. Путин стал главой государства: *Если будем сопли жевать годами, тогда ничего не изменим. Надо принять все меры для стимулирования переработки леса на территории России, а не гнать кругляк за границу* (цит. по: <http://www.nr2.ru>). Президент Медведев избрал более интеллигентную манеру общения, хотя и не смог полностью отказаться от использования грубой

лексики: *Надо, чтобы правоохранительные органы и органы власти перестали кошмарить бизнес* (цит. по: <http://www.rg.ru>). Или: *После того как произошли последние события в Южной Осетии, где в результате известных агрессивных действий, после того как у грузинского руководства по сути крышу снесло, обострились все эти проблемы* (цит. по: <http://www.izvestia.ru>).

4. Еще одним показателем фамильярности, на наш взгляд, служит юмор, воспринимаемый как неуместный в данном типе институционального общения. Условно назовем его пошлым. Вот примеры из выступлений В.В. Путина: *Привет передайте своему президенту. Оказался очень мощный мужик. Дескать женщин изнасиловал. Я никогда не ожидал от него. Он нас всех удивил. Мы все ему завидуем* (цит. по: <http://www.kommersant.ru>); *Если же вы готовы стать самым радикальным исламистом и готовы сделать себе обрезание, приглашаю вас в Москву. Я порекомендую сделать операцию таким образом, чтобы у вас уже ничего не выросло* (цит. по: <http://vlasti.net>).

Таким образом, наш материал показывает, что в современной российской официальной политической коммуникации происходит легитимация фамильярной манеры общения. Исследователи медиадискурса отмечают, что «демонстрация фамильярной близости с читателем позволяет таблоидным изданиям установить контакт со «своей» аудиторией» [Смирнова 2009: 55]. Очевидно, ведущие политические деятели страны допускают фамильярность с той же целью. В результате сами акторы политической коммуникации уподобляются таблоидам, т.е. проявляют чрезвычайную, неуместную свойскость и экспрессивность, с другой стороны, они провоцируют журналистов конструировать события политического дискурса и образы его персонажей в фамильярной манере.

ЛИТЕРАТУРА

Матвеева Т.В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика / Т.В.Матвеева. – М.: Флинта: Наука, 2003.

Смирнова М.П. Фамильярная тональность в текстах современных российских таблоидных изданий // Известия Урал. гос. ун-та. 2009. № 63. С. 50-56.

Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. – Волгоград, 2000.

Каксин А.Д.

Ханты-Мансийск, Россия

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПОДТЕКСТ ОКОЛОНАУЧНЫХ ТЕКСТОВ, АДРЕСОВАННЫХ В УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ СТРУКТУРЫ РЕГИОНА

Достаточно много ученому-исследователю приходится писать околонуучных текстов (писем, отзывов, концепций и пр.), большинство из которых адресованы непосредственно в управленческие структуры (т.е. чиновникам от науки). Мне в последнее время пришлось писать много таких текстов в связи с периодически возникающими намерениями окружных чиновников (включая заместителя губернатора округа) каким-то образом ограничить деятельность нашего научно-исследовательского института. Я решил обратиться к своим уже однажды написанным текстам и проанализировать: что в них не так, почему они оказываются непонятными для чиновников. Видимо, на их взгляд, они неубедительны. Но почему? В них слишком мало чего? Политического подтекста? (Подтекста, на основе которого сами чиновники и должны оформить дальнейшие необходимые обоснования своим бюрократическим языком). Я уверен, что мои тексты безукоризненны, но все-таки решил еще раз вернуться к ним и посмотреть, есть ли в них достаточный политический подтекст. Например, предлагаемый ниже текст написан еще четыре года назад, т.е. в 2005 году, когда проходила реорганизация нашего института.

Научно-исследовательский институт (НИИ) – единая структура (далее делимая на структурные подразделения, основные и вспомогательные – отделы, сектора, группы), единая в направлении научно-исследовательской работы. Это самая мелкая организационная (организационно-административная) и финансовая единица (учреждение), юридическое лицо, которое может быть в системе отраслевой (ведомственной) науки, финансирование которой в масштабах Российской Федерации осуществляется Правительством РФ через министерства Российской Федерации (в т.ч. через Министерство образования и науки – вузовская наука и институты повышения квалификации). А через Министерство по делам национальностей (если таковое создается на уровне РФ) финансируется наука, ориентированная на комплексное изучение и решение проблем наций и на-

родностей РФ. Если на уровне РФ такое министерство не создается, институты могут быть региональными (и финансироваться субъектами РФ).

Может ли такая региональная и ведомственная наука быть фундаментальной? Не только может, но и должна. Ведь это по форме она – региональная и ведомственная, а по содержанию – филологическая, историческая, социологическая и т.д. (в одном аспекте) и фундаментальная и прикладная одновременно (в другом аспекте). Может меняться лишь доля (соотношение) фундаментальных и прикладных исследований в данном конкретном институте. Но определенная доля фундаментальных исследований должна быть с самого начала: прикладная наука вырастает из науки фундаментальной, иначе это – не наука.

Другими словами, региональная (ведомственная) наука также носит фундаментальный характер; точнее, это фундаментальная наука, но с большой долей исследований прикладного характера. С этих позиций название института, о котором далее пойдет речь, конечно, неудачное (Обско-угорский институт прикладных исследований и разработок, г. Ханты-Мансийск). Видимо, его потому и собираются реорганизовать, что воспринимается он несерьезно. А от ученых всего-то и требуется: показать свою зрелость как исследователей, и не просто исследователей, а людей, способных (с высоты своей науки) видеть дальше, видеть лучше, и на основе этого своего видения предлагать наиболее адекватные решения. И мы предлагаем, но все наши предложения или не воспринимаются чиновничьим аппаратом, или бесследно исчезают в его недрах.

Теперь небольшой комментарий (в связи с последними событиями, когда речь зашла уже о закрытии института). Есть в вышеприведенном тексте политический подтекст (который можно дальше развернуть)? Безусловно, есть. И выражен он достаточно явно: вопрос о закрытии института – явно надуманный. Если к этому действительно понуждает мировой финансовый кризис, то институт необходимо сокращать (по штатной численности, и это другой вопрос), а также производить обновление и омоложение научных кадров. К чему весь этот словесный запал? К тому, что, по моему мнению, нельзя требовать от ученых бюрократического оформления мысли о необходимости сохранения научно-исследовательского института. Они своими научными трудами должны показывать уровень своей исследова-

тельской работы. А уж всякого рода объяснительные записки и обоснования – это дело чиновников.

© Каксин А.Д., 2009

Калкабекова Д.Б.

Кокшетау, Казахстан

К ВОПРОСУ О МЕТАФОРЕ СОСЕД В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ КАЗАХСТАНА

В последние годы в казахстанском публицистическом дискурсе наблюдается активное использование метафор с исходной понятийной сферой «Человек как часть социума». Наиболее часто в отечественных СМИ персонифицируются страны СНГ, которых связывает не только советское прошлое, но и новые, сложившиеся за годы независимости, политические стратегии. Так, широкую популярность получили метафоры, репрезентирующие отношения двух государств как соседей. В качестве метафорической сферы-мишени выступают взаимоотношения Казахстана с другими странами. К примеру:

- *...тогда станет понятно, что без поддержки стран-соседей, прежде всего без России и Казахстана, многие государственные новообразования Центральной Азии не смогут выбраться из политического и социального тупика* (Казахстанская правда. 08.16.07.);

- *Благодаря выверенной политике руководства страны, республика избежала социально-политических потрясений и экономических коллапсов, сохранила **добрые отношения с соседями*** (Казахстанская правда. 01.10.08.).

В казахстанских СМИ метафора *сосед* актуализирует значения как «живущий вблизи» – ближний сосед, и «живущий далеко» – дальний сосед. Ср.:

- *В то же время государства получили возможность вводить новые правила игры, как с **соседями близкими, так и с дальними*** (Central Asia Monitor. 13.05.05.);

- *И будущее Казахстана будет, видимо, подпитано нашими **добрыми отношениями со всеми соседями**. В том числе и с дальними...* (Казахстанская правда. 07.04.06.);

Подобные метафоры согласно классификации Дж. Лакоффа и М. Джонсона могут быть отнесены к разряду ориентационных метафор, так как в большинстве своем они «связаны с ориентацией в пространстве: «верх – низ», «внутри – снаружи»...«центральный – периферийный» [1, 35]. Так, напри-

мер, номинации «северный», «великий» метафорически ориентированы наверх, ведь север – это верхняя точка на розе ветров, а великий – это тот, кто в чем-то превосходит, стоит выше. Включение подобных номинации в метафорический сценарий соседства позволяет увидеть некую позиционность в отношениях соседей, при которых кто-то доминирует. Например:

- *Отгораживаться от великого соседа, являющегося влиятельнейшей державой мира из опасений быть «поглощенными», было бы непростительной глупостью* (Central Asia Monitor. 4.11.05.) – сфера-источник «социальные отношения», сфера-мишень «Китай»;

- *Тем более, что «большой азиатский сосед» не просто готов в меру своих возможностей содействовать республике в ее скорейшем выходе из экономического «штопора»...* (Central Asia Monitor. 17-23.04.09.) – сфера-источник «социальные отношения», сфера-мишень «Китай»;

- *У нас на севере – большой великий сосед России...* (Казахстанская правда. 06.12.05.) – сфера-источник «социальные отношения», сфера-мишень «Россия».

В проиллюстрированных контекстах, где репрезентированы отношения Казахстан – Россия, Казахстан – Китай, к позиции «верх» тяготеют концептуальные образы России и Китая. Но вместе с тем в публицистическом дискурсе можно встретить случаи, когда метафорический образ Казахстана также ориентирован наверх. Сферой-мишенью являются главным образом отношения Казахстана и других азиатских стран. В частности, с Кыргызстаном: *Существующий сегодня контраст между странами-соседями более чем очевиден: вполне благополучный Казахстан и соседний Кыргызстан, балансирующий на грани «провалившегося государства»* (Казахстанская правда. 08.16.07.). На основе нашего физического и культурного опыта (а именно таким образом Дж. Лакофф и М. Джонсон дают приблизительно объяснение того, как мог возникнуть метафорический концепт) тот, кто проваливается куда-то, обязательно падает вниз, а понятие *благополучие* соотносится с жизнью без забот, позитивом, что, конечно, эмоционально ориентировано наверх.

В большинстве случаев векторы оценки метафорических словоупотреблений – положительные, так как для Казахстана Россия или Китай – ближайшие соседи, и это историческая обусловленность, независящая от него самого (в отличие от друзей,

человек не выбирает соседей). Но именно от него зависит, будет ли это соседство мирным. Вместе с тем, культурный опыт, заставляющий нас проецировать основание «скажи мне, кто твой друг...», во многом обуславливает политику Казахстана в отношении соседей. Поэтому очень часто метафора соседи – это те же друзья. Например:

- *Россия и Казахстан идут одной, пусть рукотворной, но естественной тропой. Шаги по трубам с нефтью, газом, питьевой водой. Шаги двух стран: и к новому формату вечного **соседства**, и к неизбежным новым вызовам судьбы* (Казахстанская правда. 05.07.07.) – сфера-источник «социальные отношения» сфера-мишень «Россия и Казахстан»;

- *У Казахстана и России много общего, большое историческое прошлое... Мы – **дружественные соседи**, братья, которые всегда будут идти мирно рука об руку* (Казахстанская правда. 08.14.07.) – сфера-источник «социальные отношения» сфера-мишень «Россия и Казахстан».

В казахстанском публицистическом дискурсе взаимоотношения государств СНГ трактуются неоднозначно. В осуществлении полного понимания данного образа огромную роль играет метафора персонификации. Характерной особенностью казахстанских СМИ является концептуализация политической действительности в виде соседских/дружеских отношений.

ЛИТЕРАТУРА

Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. – М.: Эдиториал УРСС, 2004. – 256 с.

© Калкабекова Д.Б., 2009

Кара-Мурза Е.С.

Москва, Россия

РЕЧЕВОЕ ПРЕСТУПЛЕНИЕ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ КОНФЛИКТНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Агональность и конфликтность – яркие черты политической коммуникации (Шейгал 2004: 121). В борьбе за власть соперники дискредитируют и оскорбляют друг друга в глазах электората, рассчитывая на негативный перлокутивный эффект – отказ избирателей голосовать, что влечет за собой проигрыш конкурента на выборах.

В работе (Третьякова 2000) предложена модель коммуникативного конфликта с опорой на понятие **агрессии** (охаракте-

ризуем его как инициальный тип конфликта). Конфликт – парный поведенческий акт, в котором виноваты оба субъекта. Признавая провокационную роль автора при зарождении конфликта, надо видеть значение в его развитии воспринимающей стороны, реципиента. Так формируется второй тип КК – **конфликт непонимания**; назовем его ответным или респонсивным. Неадекватность понимания бывает добросовестным заблуждением реципиента – **отрицательного персонажа** критического текста относительно закономерностей межличностного общения, социальных задач и творческих законов, поэтики политической коммуникации и журналистики. Конфликт непонимания зиждется на особой установке реципиента – на **подозрении** партнера в некооперативном поведении, в том, что тот намерен оказать неблагоприятное воздействие на него или целевую аудиторию. Такое непонимание можно назвать **мизинтерпретацией**. Но бывает и манипулятивное, намеренное непонимание, которое ведет к эскалации конфликта – к возбуждению дела о **речевом преступлении** против законосообразного текста: политики или чиновники приписывают себе неиспытанные страдания, защищают от критики сомнительную репутацию, обращаются в суд с иском заявлением, пытаясь расправиться с конкурентами или с обличителями, рассчитывая на коррумпированность суда. Такую недобросовестную интерпретацию, частую в информационных спорах, по аналогии с дезинформацией стоит называть **дезинтерпретацией** (Кара-Мурза 2009 в печати). А механизмом КОРРЕКЦИИ ПОНИМАНИЯ, противодействия некорректному толкованию смысла конфликтогенного текста на стадии судебного процесса выступает лингвистическая экспертиза, функция которой – добывание доказательств в делах по речевым преступлениям (Баранов 2007).

Речевые преступления – правонарушения посредством устного или письменного высказывания текста (Галяшина 2003). Они зафиксированы в общем законодательстве – в Уголовном и Гражданском кодексах и в профильных законах – «О СМИ», «О выборах Президента РФ» и пр. В политической коммуникации преступления случаются универсальные (клевета, оскорбление, диффамация), специализированные (словесный экстремизм, нарушения предвыборного законодательства) и, условно говоря, модифицированные – универсальные, но специфически проявляющиеся в политической деятельности (Кара-Мурза 2009).

Именно таково оскорбление представителя власти при исполнении служебных обязанностей (ст. 319 УК РФ), обычно инкриминируемое политическому сопернику или журналисту. Это правовой реликт, оставшийся в законодательстве некоторых европейских стран со Средневековья. Современные принципы отношения к публичным персонам, сформулированные в документах ЕСПЧ (Европейского суда по правам человека), серьезно отличаются от традиционалистского подхода: к этим людям привлечено повышенное внимание общественности, а информационная защищенность у них меньше, поскольку сведения об жизни и деятельности политиков и чиновников реально влияют на политический, экономический и психологический климат. Но в России с ее монархическими традициями и «административным восторгом» статья 319 УК РФ в последние годы явно активизировалась.

Согласно закону, **оскорбление** (в юрислингвистике – **инвектива**, а автор – **инвектор**), – это характеристика личности в неприличной форме, высказанная с умыслом оскорбить адресата (**инвектума**). Иногда экспертиза показывает, что истец, считающий себя оскорбленным, не является прямым адресатом медиатекста, а интенция автора-ответчика выявляется как критика персонажа, адресуемая массовой аудитории, а не как желание нанести ему моральный и репутационный ущерб. Тогда пейоративная оценка не должна признаваться деликтом, если только она не выражена в неприличных выражениях. В докладе будут приведены актуальные примеры обвинений по этой статье.

ЛИТЕРАТУРА

Баранов А.Н. Лингвистическая экспертиза текста. – М., 2007.

Галяшина Е.И. Основы судебного речеведения. – М., 2003.

Кара-Мурза Е.С. Лингвистическая экспертиза как процедура политической лингвистики \ Политическая лингвистика. Екатеринбург. – № 27, с. ...

Кара-Мурза Е.С. Лингвистическая экспертиза как инструмент понимания конфликто-генного текста \ Понимание в коммуникации – 1У. Сб. м-лов конф. – М., 2009 (в печати).

Третьякова В.С. Конфликт глазами лингвиста \ Юрислингвистика – 2: русский язык в его естественном и юридическом бытии. – Барнаул, 2000. – С. 143-158.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – М., 2004.

© Кара-Мурза Е.С., 2009

Карпова Т.Б.

Пермь, Россия

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ САЙТЫ ПЕРМСКИХ ПОЛИТИКОВ ГЛАЗАМИ ЛИНГВИСТА¹

Анализ политического дискурса в рунете показывает, что интернет как новая речевая среда не меняет цель и функционально-стилистический статус политической коммуникации, но привносит в нее дополнительные возможности. Коммуникативные стратегии и тактики политиков хорошо прослеживаются через содержательное наполнение интернет-ресурсов и наличия интерактивного инструментария. Это отчетливо видно на примере такой жанровой формы политического дискурса в рунете, как персональный сайт.

В идеальном варианте сайт политического деятеля может и должен выполнять сразу несколько PR-функций: выступать источником информации о политическом деятеле, привлекать сторонников, поддерживать дискуссию на объявленную тему и оценивать текущее состояние общественного мнения, выполнять роль виртуальной общественной приемной, а также координатора во время предвыборной кампании. Совмещаясь в виртуальной реальности, этот комплекс функций приобретает новое качество: появляется возможность вовлечь в политический процесс более широкие слои населения, сделать общение (в условиях анонимности и дистантности) максимально доверительным. Однако эта модель реализации комплекса функций политического веб-сайта чаще всего так и остается идеальной и реализуется в каждом конкретном случае частично. Встречаются сайты с практически не обновляемой информацией, включающие только официальную биографию политика и тексты выступлений или набор цитат; сайты с обновляемой разноплановой информацией, но без предоставления возможностей обратной

¹ Работа выполнена в рамках проекта РГНФ (грант № 09-04-82408 а/У).

связи; а также сайты, где в разной степени реализуется интерактивность как важная составляющая веб-технологий: проводятся интернет-голосования, устраиваются дискуссии.

На первый взгляд, по типу последних сайтов функционирует, к примеру, сайт мэра г. Перми Игоря Шубина. Страница в рунете находится по адресу www.shubin.perm.ru и состоит из следующих разделов: *Главная, Биография, Интернет-дневник, Контакты, Моя Пермь, Мультимедийный архив, Вопросы и ответы, Нужна идея?/Есть идея?, Он-лайн опросы и Интернет-конференция*. Как видно из названий разделов сайта, в целом он отличается официальностью, стандартизованностью, что характерно для институционального типа дискурса. Показательно, что биография дана не от первого лица, не как **автобиография**, а как сухое, неличностное изложение этапов карьерного роста главы города. *Интернет-дневник*, несмотря на обозначенный жанр дневника, никак с ним не соотносится: вместо размышлений должностного лица по поводу важных для города проблем здесь приводятся тексты аудио выступлений Игоря Шубина на различные темы. Примечательно, что последний такой текст (*Перспективы развития городского электротранспорта г. Перми*) выложен на сайт 13 октября 2008 года, то есть полгода назад. В разделе *Контакты* приводятся всего лишь телефоны администрации города. Содержание *Мультимедийного архива* также не соответствует заявленному: вместо одновременного использования различных форм (аудио-, видео-) представления информации здесь в обычном текстовом варианте дается история пермской городской думы с 1994 года – «Новейшая история самоуправления по-пермски». Особой – на этот раз личностной, субъективной – тональностью отличается лишь один раздел сайта – *Моя Пермь*. В нем политик почти художественно повествует о родном городе в связи со своей жизнью в разные периоды, начиная с детских лет.

Общение с электоратом осуществляется в рубриках: *Нужна идея?/Есть идея?* (заинтересованные жители города оставляют свои предложения к поправкам местных законов), *Он-лайн опросы* (происходит голосование посетителей сайта для выражения их мнения по поставленным проблемам), *Вопросы и ответы* (посетители сайта оставляют интересующие их вопросы и свои координаты, а потом прочитывают ответы мэра). И все же возможности интерактивного общения главы города с посетителями его персонального сайта используются далеко не

на сто процентов. Так, в рубрике *Вопросы и ответы* последний ответ дан месяц назад, а последний on-line опрос проводился вообще полгода назад. Показательны результаты голосования посетителей Пермского регионального сервера www.perm.ru, которые свидетельствуют о довольно низкой заинтересованности проблемами социально-политической жизни Прикамья (лишь 12 % опрошиваемых интересуются политикой).

Анализ интернет-ресурсов пермского политического дискурса показывает, что хотя рунет и используется политиками как реальный интерактивный канал связи с населением и выступает как инструмент политического влияния на электорат, особенно в период предвыборных кампаний, однако в целом в политическом дискурсе Перми виртуальное пространство используется все же недостаточно, в частности, не в полной мере задействованы такие инструменты создания интерактивной коммуникации, как электронная почта, форум, гостевая книга, онлайн-опросы, блоги, а также система поиска, раздел для средств массовой информации и т. п. Политики относятся к созданию персональных сайтов как к модному веянию, не следовало которому плохой тон. И пока ситуация существенно не изменится, влияние политического дискурса в рунете на реальный (невиртуальный) политический процесс не будет по-настоящему заметным.

© Карпова Т.Б., 2009

Карпушева А.В.

Барнаул, Россия

О СТРУКТУРЕ ИМИДЖА ЛИДЕРА В АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В последнее время имидж личности приобретает все большее значение в жизни общества. Формирование положительного имиджа становится первостепенной задачей для многих общественных деятелей. Сферой наиболее активного и осознанного имиджеобразования становится политический дискурс в связи с прямой зависимостью положения и статуса чиновника от общественного мнения. Недавние выборы президента США могут рассматриваться как наиболее яркий пример формирования имиджа в американском политическом дискурсе.

Анализ предвыборных выступлений Барака Обамы показывает, что имидж кандидата в президенты состоял из ряда коммуникативных ролей, опосредованных речевыми актами самопрезентации, реализация которых вела к акцентированию опре-

деленных личностных особенностей и характеристик. Естественно, эти характеристики были выбраны в качестве имиджеобразующих не только на основе тех свойств личности, которые являлись доминирующими в характере тогда еще кандидата в президенты Барака Обамы, но и на основе тех личностных лидерских черт, которые приветствуются и одобряются обществом в результате сложившейся национальной традиции и приобретенного исторического опыта. Имидж сенатора Обамы во время его предвыборной кампании состоял из актуализации следующих коммуникативных ролей (масок), которым мы условно дали названия: **«Патриот»**, **«Стратег»**, **«Честный Человек»**, **«Борец»**, **«Самодостаточный Лидер»**, **«Хозяин»**. Последняя из перечисленных коммуникативных ролей распадалась на две речевые маски **«Представитель Народа»** и **«Individualist»**. Роль **«Патриот»** представляла собой доминанту имиджа, что, в общем, вполне объяснимо, так как для человека любовь к стране, интересы которой он должен представлять и защищать, является определяющим фактором при его избрании в президенты. Все остальные коммуникативные роли являлись сопутствующими этой доминанте ролями. Речевая маска **«Патриот»** демонстрировала вполне определенные качества личности: преданность своей нации, любовь к своему народу, защита, прежде всего, его интересов, подчинение личных целей государственным, поэтому речевой акт самопрезентации в рамках этой роли осуществлялся через косвенное вербальное выражение патриотических чувств. *«Throughout my life, I have always taken my deep and abiding love for this country as a given.»* (Barack Obama, <http://usliberals.about.com>) Коммуникативная маска **«Стратег»** реализовалась посредством речевых актов самопрезентации, которые содержали определенную модель того, какие шаги следует или не следует предпринимать в той или иной проблемной ситуации. Речевая роль **«Честный Человек»** служила тому, чтобы обозначить искренность и серьезность намерений говорящего: *«I'll be honest with you.»*, *«The truth is...»*, *«No one's going to deceive people...»* (Barack Obama <http://www.nytimes.com>) и т.д.. Коммуникативная роль **«Борец»** демонстрировала типичную черту американского национального характера – не сдаваться ни при каких обстоятельствах и двигаться вперед к намеченной цели. В речевых актах самопрезентации, образовавших данную речевую маску, широко использовались модальные глаголы и слова, выражавшие активный настрой говорящего; *«I had to think*

about this long and hard <...> But we seem to be stirring things up pretty good.» (Barack Obama, <http://www.cbsnews.com>) Коммуникативная роль **«Хозяин»** не менее прочно заняла свое место в иерархии ролей, составлявших имидж кандидата в президенты Барака Обамы. Она раскрывала, насколько хорошо политический лидер знает свою страну и то, что необходимо для ее дальнейшего развития. Эта роль распадалась на две другие коммуникативные роли, на первый взгляд, по своим названиям противоречащие друг другу, – **«Представитель Народа»** и **«Individualist»**. Однако эти роли отражали два наиважнейших умения политического лидера – умение прислушиваться к мнению других и умение принимать собственные решения на основе анализа полученной информации: *«If the commanders tell me that they need X, Y and Z, in order to accomplish the very narrow mission that I've laid out, than I will take that into consideration.» (Barack Obama <http://www.nytimes.com>).* Коммуникативная маска **«Individualist»** имеет культурное и историческое основание и представляет собой неотъемлемую черту национального характера. Она связана с индивидуалистическим типом культуры Запада, где особенно ценится способность принимать собственные взвешенные решения. В связи с этим перевод ее ярлыка **«Individualist»** представляется нецелесообразным, тем более что созвучное русское слово «индивидуалист» не полностью соответствует его семантической структуре, обладая яркой негативной семой.

В связи с афро-американским происхождением Барака Обамы показательной стала коммуникативная роль **«Самодостаточный Лидер»**, которая предполагала демонстрацию отсутствия каких-либо комплексов по поводу внешности или происхождения и наличия уникальных интеллектуальных способностей, компенсирующих любые физические и биографические нюансы. Реализации этой роли способствовала коммуникативная тактика, которая изначально, по всей видимости, являлась психологической, эта тактика заключалась в превращении своих недостатков в потенциальные достоинства: *«I can be a more effective messenger for some of my policy ideas because I've lived in another country, because my father came from a small village in Africa. I think that allows me to communicate these ideas more effectively and I think that the world will take in what I have to say with a more open mind.» (Barack Obama, <http://www.youtube.com>).*

Стоит отметить, что предвыборный имидж Барака Обамы был построен по принципу золотой середины. Все качества, ко-

торые он демонстрировал как будущий лидер, составляли образ сбалансированной, гармоничной, взвешенной личности, находившейся в согласии с собой и окружающими. Возможно, именно это помогло сегодняшнему президенту Соединенных Штатов Америки одержать победу на выборах 2008 года, ведь для многих американцев он стал воплощением баланса, в котором в последнее время их страна нуждалась больше всего.

ЛИТЕРАТУРА

Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: 5-е изд. – Едиториал УРСС, 2008. – С. 288.

Картелева Л.И. Вербализация концепта Self как способа самопрезентации языковой личности в дискурсе // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2008 – №2. – С. 83-87.

Кубрякова Е.С. К определению понятия имиджа // Вопр. когнитивной лингвистики. – 2008. – № 1(014). – С. 5-11.

Лебедев-Любимов А.М. Психология рекламы: Сер. Мастера психологии. – Питер, 2002. – С.368.

ИСТОЧНИКИ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

<http://usliberals.about.com> (дата обращения: 10.07.09)

<http://www.nytimes.com> (дата обращения 16.07.09)

<http://www.youtube.com> (дата обращения: 19.07.09)

<http://www.cbsnews.com> (дата обращения: 21.07.09)

© Карпушева А.В., 2009

Карякин А.В.

Волгоград, Россия

РЕЧЕВАЯ АГРЕССИЯ КАК СЛЕДСТВИЕ АГОНАЛЬНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Агональность является онтологическим свойством политического дискурса. В его основе лежит понятие агона, которое понимается как состязание, борьба двух идей. Поскольку ни один политический режим не может существовать без коммуникации, язык (речь) признается неотъемлемой частью политического дискурса. Принимая во внимание агональность политического дискурса, речь в политике может быть понята и осуществлена как борьба, причём борьба и победа составляют главную цель общения. Целью политической коммуникации признается борьба за власть, а ее содержание сводится к публичному обсуждению вопросов власти. Основным прагматическим фактором общения является интенция – намерение, цель участников

общения. Борьба за власть является основной темой и движущим мотивом этой сферы общения (Шейгал 2004: 5). Среди типов дискурсивного (речевого) оружия А.К. Михальская по работе Ролана Барта называет речь, служащую целям завоевания власти, которая использует специальные аргументы, приемы защиты и нападения. Такой тип речевой системы А.К. Михальская характеризует как агональный и приходит к выводу, что агон – первый принцип социальных и речевых структур власти, первый принцип структурирования и социо-, и логосферы. Такая речь понимается как демонстрация борьбы (агональная демонстрация) (Михальская 1996: 74). А.Б. Верзуном агональность рассматривается с позиций междисциплинарного подхода и трактуется как лингвопрагматическая категория, которая имеет в своем основании политико-философский, психологический и лингвистический аспекты, содержательный план и систему средств выражения (Верзун 2005: 6). Агональность как борьба за власть детерминирует наличие в политике речевой агрессии. Речевая агрессия – использование языковых средств для выражения неприязни, враждебности, манера речи, оскорбляющая человеческое самолюбие, унижающая достоинство. При максимально широкой интерпретации термина вербальная агрессия – это все виды наступательного, доминирующего речевого поведения.

В качестве материала исследования послужили интервью с бундесканцлером Германии А. Меркель. Исследование нашего материала показывает, что речевая агрессия в дискурсивной практике А. Меркель реализуется с помощью определенных коммуникативных стратегий и тактик. Приведем примеры.

Тактика обвинения:

Wir haben über viele Jahre und mehrere Regierungen hinweg immer mehr ausgegeben, als wir eingenommen haben (www.bundestkanzlerin.de).

В данном высказывании предыдущие правительства обвиняются в том, что во времена их правления больше тратили, чем получали. В этом предложении точно указывается на объект обвинения – *mehrere Regierungen*, при чем он стоит во множественном числе, т.е. это относится не только к предыдущему правительству, но и к другим.

Тактика безличного обвинения. В отличие от тактики обвинения, в данной тактике виновник осуждаемых действий эксплицитно не представлен, но выводим из контекста, например:

Ich will vielleicht noch mal darauf hinweisen, dass wir von keiner einfachen Ausgangssituation gestartet sind (www.bundeskanzlerin.de).

В приведенном высказывании обвиняемое лицо не указывается, но из слов *wir sind von keiner einfachen Ausgangssituation gestartet* можно понять, что в том, что ситуация к моменту прихода к власти А. Меркель была непростой, обвиняется предшественник.

Тактика упрека:

Das gilt, und dazu gehört, dass wir in den ersten acht Monaten mehr auf den Weg gebracht haben als viele andere Regierungen (www.bundeskanzlerin.de).

В данном высказывании бундесканцлер упрекает другие правительства в неэффективности их работы, она указывает, в чью сторону направлен упрек – *viele andere Regierungen*. Сравнительный оборот позволяет противопоставить себя и других *wir – viele andere Regierungen*, а использование маркера чуждости *andere* обостряет это противопоставление.

Тактика признания чужой точки зрения или действий не-правильными:

При реализации данной тактики дается отрицательная оценка оппонентам, их действиям, позициям.

Angesichts dieser Tatsache von einer schwierigen Zeit der deutsch-französischen Beziehungen zu sprechen, halte ich für vollkommen falsch (www.bundeskanzlerin.de)

Die Idee, man könnte sich aus dieser internationalen Gefährdung heraushalten, die halte ich sowieso für falsch (www.bundeskanzlerin.de).

Таким образом, агональность как специфическая характеристика политического дискурса обуславливает использование речевой агрессии в дискурсивной практике А. Меркель.

ЛИТЕРАТУРА

Верзун А.Б. Гендерная агональность политического дискурса: Автореф. дис. канд. филол. наук. – Волгоград, 2005. – 21 с.

Михальская А.К. Русский Сократ. Лекции по сравнительно-исторической риторике. – М., 1996. – 192 с.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. – 326 с.

© Карякин А.В., 2009

Кашкин В.Б.

Шилихина К.М.
Воронеж, Россия

ИРОНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ИНТЕРВЬЮ

Прагматический подход к языку позволяет исследовать контекстно-зависимые значения высказываний, основанные на имплицитной дихотомии значения высказывания и значения говорящего (Searle 1979). Иными словами, прагматика основана на предположении о том, что существует возможность выразить интенцию как эксплицитно, так и имплицитно. Прагматический идеал коммуникации включает такие характеристики, как рациональность, интенциональность и искренность. Эти качества помогают моделировать дискурс не только с позиции говорящего, но и с позиции слушающего, т.е. объясняют, за счет чего становится возможным понимание сказанного.

Реальный дискурс далеко не всегда соответствует прагматическому идеалу. Например, ирония является имплицитным способом коммуникации, нарушающим требования рациональности и искренности. Ирония предполагает равную коммуникативную значимость того, что говорится, и того, что имеется в виду. Успешность иронической коммуникации зависит от умения адресата распознать имплицитный смысл сообщаемого.

Ирония часто используется в различных жанрах политического дискурса. Почему, несмотря на явное расхождение с идеалом, ирония активно используется в публичной политической коммуникации? Ирония потенциально двусмысленна и поэтому ее использование в политической коммуникации объясняется потребностью в «дипломатической завуалированности» высказываемого отношения к спорной идее или оппоненту.

Жанр политического интервью – интересный пример реализации дискурсивной практики иронии в политическом дискурсе. Анализ взаимодействия в политическом интервью предполагает учет довольно сложной коммуникативной структуры этого жанра. Интервью предполагает «двухуровневый» состав участников: первый уровень – это непосредственные участники диалога: журналист и политик. На втором уровне к ним добавляется потенциальная аудитория: зрители, слушатели или читатели (Fetzer 2007).

Изначально интервью, в том числе политическое, – жанр прежде всего информационный, однако информативность – не единственное требование. Для обеих сторон существуют определенные ожидания относительно их коммуникативного поведе-

ния. Политик должен одновременно быть информативным и демонстрировать силу убеждения. Задача журналиста – оставаясь в рамках жанра политического интервью – выразить свое отношение к спорным политическим проблемам. Поэтому коммуникативные стратегии, привлекаемые для достижения коммуникативных целей, должны быть достаточно гибкими.

Традиционным для политического интервью является нейтральный модус: с одной стороны, он позволяет осуществлять коммуникацию людям с заведомо неравными социально-коммуникативными позициями; с другой стороны, он позволяет наиболее оптимальным образом сохранять «лицо» политика в случае, если речь заходит о спорных моментах. Это особенно важно, поскольку в политическом интервью всегда присутствует третий участник – аудитория (зрители или читатели).

Жанр политического интервью позволяет всем участникам диалога использовать стратегии непрямой коммуникации, однако цели и результаты привлечения таких стратегий могут в значительной степени различаться. Ирония со стороны журналиста – это, как правило, «проверка на прочность» коммуникативной позиции собеседника. Угроза «лицу» политика – коммуниканта с заведомо более высоким социальным и коммуникативным статусом – не может быть выражена эксплицитно.

В этом отношении показательным является интервью, данное президентом Д.А. Медведевым журналисту «Новой газеты» Д. Муратову 15 апреля 2009 г. (Декларация Медведева. Год 2009-й).

В интервью многократно повторяется один и тот же риторический рисунок: задавая вопрос, журналист использует дискурсивную практику иронии, однако президент отвечает на вопрос так, как будто понял его буквально, т.е. сознательно игнорирует иронию.

Д. МЕДВЕДЕВ: ... Я считаю, что наши чиновники – это такие же граждане России, которые выполняют очень полезную миссию.

«НОВАЯ»: Такие же граждане России?

Д. МЕДВЕДЕВ: Абсолютно такие же, как и все другие.

«НОВАЯ»: Ну только с мигалками.

Д. МЕДВЕДЕВ: Ну и далеко не все. Это всё-таки некое распространённое заблуждение.

Президент в своих репликах следует прагматическому коммуникативному идеалу, а ирония журналиста направлена на

то, чтобы подвергнуть сомнению искренность собеседника. Игнорируя или отвергая иронию журналиста, президент сохраняет свой имидж «совершенного гражданина», действующего в интересах избирателей, и тем самым обеспечивает доверие со стороны предполагаемой аудитории.

ЛИТЕРАТУРА

Декларация Медведева. Год 2009-й // Новая газета. № 39. 15 апреля 2009 г.

Fetzer A. Political Discourse in the Media: Cross-Cultural Perspectives / A. Fetzer, G. Lauerbach. – John Benjamins Publishing Company, 2007. – 392 p.

Searle J. Expression and Meaning / J. Searle. – Cambridge University Press, 1979. – 197 p.

© Кашкин В.Б., Шилихина К.М., 2009

Керимов Р.Д.
Кемерово, Россия

О ЛИНГВИТИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МЕТАФОРЫ

Современные изыскания в области политической лингвистики охватывают широкий спектр рассматриваемых проблем и целую гамму различных методологических приёмов и направлений, которые позволяют выявить, классифицировать и описать в разных типах текстов институционального дискурса общие (категориальные) и частные (концептуальные) лингвокультурные характеристики, являющиеся предметом языковедческого анализа.

Ввиду определённой специфичности и элитарности сферы общественных отношений, а также особенностей построения «вертикалей» и «горизонталей» властной иерархии в разных государствах, чисто лингвистическое изучение любого политического текста (будь то речь какого-либо госчиновника, политика от оппозиции; агитационная речь, речь в прениях или дебатах) представляется мало осуществимым на практике, поскольку такие исследования требуют определённого багажа фоновых знаний «политического ландшафта», персоналий, исторических событий, географии, геополитики, политэкономии, политологии, социологии.

Помимо этого в каждой стране существуют свои традиции в сфере политики (которые некоторые исследователи обозна-

чают термином «политическая культура»), обусловленные историей и особенностями политической системы данного общества и коренящиеся в его культуре. Именно поэтому политлингвистический анализ требует сопутствующих знаний по многим гуманитарным и социальным наукам и определённой «погруженности» в культуру.

Другая специфическая особенность политического текста проистекает от его главного функционального назначения – агитационной функции, суть которой состоит в навязывании своей воли и осуществления властных полномочий политической элитой (правительством и т.п.). Как показывает практика, в политической риторике активно используются различные средства «классовой борьбы»: коммуникативные тактики стратегии, игра слов, когнитивные и концептуальные метафоры и системы метафор («метафорические сетки»), риторические тропы и фигуры (гипербола, мейозис, параллелизм и т.д.) и другие языковые средства, от которых требуется, в зависимости от ситуации:

- 1) представить в позитивном свете свою работу, политику своего правительства, своей партии (фракции), своего лидера, своего государства, союзника;

- 2) очернить деятельность политических оппонентов, других государств, группы стран;

- 3) сформировать определённую гражданскую позицию о деятельности третьих лиц, государств, выгодную политической элите.

Широкий простор лингвистической интерпретации политического текста обусловлен тем, что один и тот же языковой факт может быть описан с разных точек зрения, различных направлений, которые формируются в процессе лингвистического исследования исходя из его объекта и предмета, цели и задач, объёма рассматриваемого материала и филологической подготовки исследователя.

Так, например, метафорическую организацию социально-политического текста можно описать в терминах когнитивной науки, понятиями лексико-семантического анализа языка, терминами классического стилистического анализа, даже понятийным аппаратом философии (что, однако, уже не будет собственно лингвистической разработкой). Каждый из указанных подходов осветит одну из граней такого по своему уникального языкового явления, как метафора, которая довольно часто проявляется в политических текстах, неся, как правило, большую

смысловую нагрузку и выполняя роль вербального политического «оружия».

Как представляется, для начинающих и молодых исследователей более актуальным представляется стилистический анализ метафорических единиц (в стилистике они могут именоваться «метафорическими выражениями») политического текста. Инструментарий классической стилистики позволяют, во-первых, ознакомиться собственно с построением метафорической системы данного текста (его отрывка), а, во-вторых, описать формальную сторону функционирования метафорических словоупотреблений: часть речи представленных слов и словосочетаний, тип метафоры в традиционной риторической классификации (одно- или двухчленная, речевая или языковая, «живая» или «мёртвая», «оказиональная» или «традиционная» и т.д.), вид метафоры, если представляется возможным его определить (персонификация, антономазия, синестезия, символ, и пр.) и другие стилевые параметры.

Существенно разнообразить формальный стилистический анализ позволяет изучение взаимосвязи и взаимоотношений ключевых лексических единиц данного текста. Семантико-лексикологический подход делает возможным выделение и описание связей, установленных между метафорами (синонимия и антонимия, типы развёртывания метафоры и пр.). Сюда же также относится и установление базы метафоры, которая может «родиться» из игры слов, развития метонимии, на базе паремологии и иной аллюзии, или иметь собственно образную природу, появляясь в контексте высказывания при столкновении значений разных слов.

Словообразовательный анализ метафорического выражения реализуется в тех случаях, когда метафорой выступает один из компонентов (чаще всего – первый) сложного слова (это актуально, прежде всего, для языков, у которых словосложение является ведущим способом контекстуального словоупотребления, как, например, немецкий язык).

И, наконец, самой высокой ступенькой языковедческого исследования политдискурса является когнитивный анализ – бурно развивающееся направление в современной науке, основанное на работе с разными типами институциональных текстов на материале разных языков (русский, британский английский, американский английский, немецкий, французский и т.д.) и позволяющее рассматривать метафору как способ познания и

упорядочивая знаний о социальной реальности, при котором единицы одного рода описываются посредством (или в терминах) единиц другого рода. Сама метафора при этом рассматривается как столкновение двух разных понятийных (концептуальных) сфер, а эти представленные сферы являются концептами. Чем больше пропасть между концептуальными сферами, тем образнее, «ярче» метафора. Первичное окказиональное словоупотребление также, как правило, рождает яркую метафору, а вот частое использование метафоры в разных контекстах ведет к ее стиранию.

Несомненно следует отметить, что концептуальный анализ не отвергает применения в качестве вспомогательных инструментов других типов языкового анализа (стилистического, лексикологического) и даже нередко использует их, поскольку, как представляется, именно комплексная методика изучения метафоры с привлечением знаний разных лингвистических дисциплин и смежных наук позволит наиболее полно, содержательно и объективно описать политическую метафорику.

© Керимов Р.Д., 2009

Клочко Н.Н.
Рига, Латвия

QUID NOS HOMINIS EST? // ЧТО ЭТО ЗА ЧЕЛОВЕК?
(этнокультурный портрет президента Латвии
В. Вике-Фрейберги)

1. Исследования политической коммуникации в силу внимания к человеку как субъекту политики входят в зону притяжения языкового антропоцентризма. Несмотря на высокую степень научного поиска, в «формуле» антропоцентрической лингвистики (триаде *язык – культура – человеческая личность*) политической коммуникативистикой в основном разработана связь ее крайних членов. Между тем язык политики и язык политика представляют собой лучшее доказательство реальности «культуры» в смысле исторически передаваемой системы национальных представлений и установок. Предлагаемая работа – попытка показать нерасторжимую связь всех членов триады на примере создания этнокультурного портрета национального политического лидера в зеркале институционального и медийного – латышского и русского – дискурсов.

2. Каждая культура, по определению Ф. Ницше, есть самореализация человека. Политический лидер, самореализо-

вавшийся в политике человек, не перестает быть *человеком национальным*. Он с неизбежностью наследует черты национальной картины мира, национальных привычек сознания и поведения. Исследование этнокультурного концепта «Политический лидер» / «Президент» открывает возможности для изучения культурноспецифичности политической мысли.

3. В качестве объекта наблюдения выбрана личность теперь уже экс-президента Латвии Вайры Вике-Фрейберги (ВВФ), человека неординарного и неоднозначно воспринимаемого как в мире политическом, так и в обыденном, «профанном». Изучение структур политической модели личности ВВФ приводит к выводу о том, что они «матрицированы» (В.Н. Топоров) архетипическими свойствами национальной культуры. Рассмотреть политический портрет президента Латвии в проекции на исконную – латышскую – модель мира является целью предлагаемой к рассмотрению работы.

4. Поскольку предстоит показать, в какой системе координат развивается политическая мысль и политическое поведение ВВФ, необходимо представить вербальный эскиз региональной картины мира и обозначить особенности титульного менталитета. Концепт «человек национальный», в данном случае – «человек латышский», определяется в качестве центра лингвофилософского концепта «Национальная картина мира». Его содержание раскрывается как совокупность сущностных признаков, характеризующих тип национальной личности: «человек латышский» манифестирует себя определенным набором ментальных и поведенческих сценариев.

5. Реставрированный «холст личности» сопоставим со «списком» составляющих массового сознания. Личностные характеристики ВВФ, спроецированные на модель «человека национального», не оставляют сомнения в том, что президенту присуща сублимированная «латышскость», которая перекрывает демонстрируемый ВВФ тип англо-саксонского поведения.

6. Доказательством «латышскости» президента становятся присваиваемые ей в латвийских – титульных и русскоязычных – СМИ образные характеристики. Выстраивание медийного портрета президента ведется в тех кодовых системах, которые в латышской картине мира обладают наиболее высоким семиотическим статусом (архетипический образ *Матери*, идентичный с культивируемым в тоталитарном дискурсе образом Отца; образ фольклорной *Лаймы* – покровительницы латышской Земли; *Ли-*

пы – гендерного коррелята Дуба – священного дерева латышей; *девы-воительницы* и др.). Актуализированные в mass media архетипические образы президента определенным образом взаимодействуют с коммуникативными типажам: *матери, воспитательницы, наставницы, защитницы и мачехи* (вынужденный и нежелательный для президентской идентичности образ, передающий отношение ВВФ к «чужим» детям – русскоязычному населению Латвии). Медийный дискурс, таким образом, также несет в себе отпечатки когнитивных структур, лежащих в глубинах коллективного сознания.

7. Статус «человека латышского» подтверждает и речевой портрет президента. Вербальные образы, к которым она обращается, несут в себе культурные коннотации. Сфера-источник президентских метафор соотносима с типично латышским миром, ср.: *привести в порядок свой хутор* – о фракциях в Сейме; *поставить колодец посреди двора* = выделить главное; *хоть сколько украшай березовыми ветками дом, если в нем грязно, праздника не будет* (опора на прецедентную ситуацию латышского праздника Лиго). Культурноспецифична метафоричность, детерминированная гендерной принадлежностью президента: *обещанные пирожки со шпеком не удались; серый горох вижу, шпек – нет; хозяйственная жизнь жарится, но уже не варится.*

8. Особый ракурс рассмотрения, позволяющий увидеть этнокультурный «след» в образе президента, – политическая коммуникация с русскоязычным населением страны. Она несет на себе отпечатки «архетипического» неприятия чужого: отношения (чувственная ткань), когницию (знания, хранящиеся в памяти, в том числе политические и идеологические), культурные, а также возрастные коннотации. Поведение президента с нетитульным населением Латвии открыто нарративно. Эхообразные следы ментального отторжения русского чужого прослеживаются в коммуникативных тактиках президента. Риторическая база для «диалога» с русским не исключает пейоративы и инвективы. В данном случае концепт «Президент» представляет собой модификант концепта «Власть».

9. Латышский образ президента формируется по особым канонам, в соответствии с национальной идеей государства. Желая остаться «лицом нации», президент вынужден отвечать специфическим психологическим ожиданиям последней. То, каким ожиданиям своего народа отвечала ВВФ, показывает его приверженность ментальной и политической архаике.

К сожалению, политическая лингвистика не может повлиять на ситуацию многоуровневого конфликта в Латвии, но наметить, пусть очень схематично, путь межэтнического примирения, предложив «консенсусную» модель президентства в многонациональном государстве, очевидно, может и должна.

© Ключко Н.Н., 2009

Кондратьева О.Н.

Кемерово, Россия

КОНЦЕПТ «ВЛАСТЬ» И СПЕЦИФИКА ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ В ТЕКСТАХ ДРЕВНЕЙ РУСИ

К числу важнейших направлений политической лингвистики, интенсивно развивающейся в рамках антропоцентрической парадигмы, относится «рассмотрение отдельных политических концептов в рамках соответствующего языка и национальной культуры» [Чудинов 2006: 9]. Центральным концептом политического дискурса, безусловно, является концепт «власть», так как именно борьба за власть является главной функцией политической коммуникации.

Осмыслению сущности власти посвящено значительное количество трудов по философии, социологии, политологии. В конце XX века сложилось даже особое научное направление – кратология (от греческого *kratos*— «власть, сила, могущество, господство, победа»), предмет которого составляют теоретические и практические проблемы власти. Тем не менее, до сих пор понятие власти не получил однозначного истолкования. Рассмотрение особенностей языкового воплощения власти во многом позволит определить сущность данного феномена.

Концепт «власть» являлся объектом анализа в лингвистических работах, посвященных современному политическому дискурсу (Рожкова 2003, Шейгал, Дроздова 2004). Однако бесспорно, что настоящее – это «следствие прошлого», соответственно, необходимо рассмотреть особенности концепта «власть» в древнерусской культуре, выявить исходные представления о феномене власти.

Лексема *власть* заимствована в древнерусский из старославянского языка, где она была образована от корня * *vold*, восходившего к индоевропейскому **ual-d* (h), где **ual-* означало «иметь силу», «быть сильным» [Черных, I: 157]. Таким образом, в основе идеи власти изначально находилось представление о силе. Анализируя древнерусские тексты, В.В. Колесов отмечает, что власть – «это **сила рода** (выделено нами – О.К.), которой

время от времени наделяют одного из его членов» [Колесов 2000: 282].

Власть является нематериальной по своей природе, потому свободно метафоризируется, обрастает образами.

Наиболее часто в древнерусских текстах власть осмыслялась как физический предмет с четкими границами, который мог «уместиться в руках и быть перемещаемым в пространстве» (о наличии подобной метафоры в современных текстах см. Бессонова 2005). Власть в древнерусских текстах, подобно предмету, становится объектом манипуляций. Прежде всего, властью обладают, ее держат в руках: **держали всю власть родственники Феодоры** (Из Хроники Константина Манассии). Власть дают, даруют: **Отец его всю великую власть Руския державы по смерти своей ему дарова** (Казанская история). В данном случае мы видим добровольный и легитимный характер передачи власти, она передается от отца к сыну.

Соответственно, законный наследник данную ему власть принимает: **А князю же великому Борису Александровичу власть приимше тфтьрскаго чиновачальства** (Инок Фомы слово похвальное). В ряде случаев власть, подобно ценному имуществу, отнимается у законных правообладателей: **от бога державу, данную мии от прародителей наших, под свою власть отторгосте** (Первое послание И. Грозного А. Курбскому).

Власть прельщает человека, вызывает стремление обладать этим сокровищем: **Святопѣлкь оканьный явися законопрестоупно... властью прельстивъся** (Мин 13. Июль). Именно стремление я власти становилось причиной войн, ссор и раздоров: **Въстави дьяволъ вражду... .. Стпополка на Бориса и Гльба власти ради** (Лаврентьевская летопись).

Власть может представлять в древнерусских текстах как некий артефакт, т.е. предмет, созданный руками человека. Это может быть предмет опасный, способный нанести разрушения, например, нож: **Плутархъ. Притча глаголетъ: дѣтемъ ножа не давай; азъ же рьку: ни дѣтемъ богатства, ни мужемъ наказанымъ силы и власти подавати** (Пчела). В данном случае выражается идея ответственности, особой природы власти, под силу с которой справиться только сильному и мудрому человеку, в руках же прочих власть разрушительна.

Власть в Древней Руси воспринималась в большинстве случаев не как обычный предмет, а как предмет, данный Богом,

полученный в качестве высшего дара, таким образом, феномен власти приобретал сакральную окраску: *И не вѣси, оканьнѣ, Божия смотрения: **дасть власть ему же хоцеть, поставляетъ цесар и князя Вышнии*** (Рассказ о преступлении рязанских князей). Именно такой характер обретения власти позволял правителю осознавать собственную правоту: *Динара же царица ...глаголя: «Еже ми повелѣваеши не **дръжати власти, но не от тебя бо прияхъ ю, но от Бога ми дано свыше*** (Повесть о царице Динаре).

Представления о власти в древнерусской культуре также связаны с пространственной характеристикой. Власть в народном сознании отчетливо ассоциировалась с высотой, верхней планкой шкалы. Данная особенность, по-видимому, является универсальной, так как Дж. Лакофф и М. Джонсон отметили в американской лингвокультуре существование ориентационной метафоры 'обладание властью или силой ориентирует верх; подчинение власти или силе – низ' [Лакофф, Джонсон 1990: 412]. Представления о 'высоте' власти реализуются в древнерусских текстах достаточно разнопланово. Это может быть непосредственное сочетание *высота власти: овѣх убо тѣм на **высоту властей** възводити, овѣх же оттуду въ послѣднее низлагати безчестие и безславіе* (М. Грек, Послание о Фортуне), либо сочетание лексики *власть* с предлогом *подъ*. Так, все зависимые объекты находятся **под властью**, т.е. занимают положение ниже нее: *Бытии подѣ властїю сущихъ подѣ властїю црства нашего* (Лаврентьевская летопись). Лишение власти предстает в тексте как **свержение** с нее, т.е. как некий спуск с высоты вниз: *гордыя съ власти сверже, а смиренныя на престоль со собою посади, но и **еще же и иныя власти, не покоряющаяся** ему, но покорны сътвори* (Инока Фомы слово похвальное).

Изученный материал позволяет отметить ряд специфических черт концепта «власть» в древнерусской культуре: 1. Власть в данный период осмысливается как предмет, дар, имеющий высокую ценность и являющийся объектом различных манипуляций. Таким образом, смысл власти видится преимущественно во владении (владеть и власть – слова одного корня). В современной же культуре наблюдается антропоморфизм власти (ср. в рус. *власть заявляет, берет на себя ответственность, контролирует* и т.д.), т.е. постепенно она превращается в некий самостоятельный организм со своей особой жизненной логикой.

2. Концепт «власть» в древнерусской культуре имел ярко выраженную религиозную окраску, причем даже в том случае, когда речь шла государственной, а не божественной власти, так как правитель рассматривался лицо, имеющее власть от бога и реализующее его волю на земле. Данная особенность обусловлена особенностями менталитета средневекового человека и религиозным характером древнерусской культуры в целом. Выявленные особенности не являются единственными, описание же всего комплекса специфических черт концепта «власть» в древнерусской культуре требует отдельного исследования.

ЛИТЕРАТУРА

Бессонова Л.Е. Концептуальная и семантическая природа лексем «власть» в лексикографическом дискурсе // Система і структура східнослов'янських мов. – К.: Знання України, 2005. – С.149–156.

Колесов В.В. Власть и держава // Колесов В.В. Древняя Русь: наследие в слове. Мир человека. – СПб: Филологический факультет СПбГУ, 2000. – С. 253-304.

Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры / Под ред. Н.Д. Арутюновой, М.А. Журиной. – М.: Прогресс, 1990. – С. 387-416.

Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. – М.: Флинта, Наука, 2006. – 256 с.

© Кондратьева О.Н., 2009

Коробкова О.М.

Москва, Россия

«КОНЦЕПТЫ «ВЛАСТЬ», «СТРАХ» В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ СТАЛИНСКОЙ ЭПОХИ (конец 20-х – начало 50-х годов XX века)»

В настоящее время большой интерес вызывает вопрос, каким образом была построена сталинская система власти, способная держать в страхе и повиновении огромную страну, какие языковые средства использовались с целью воздействия на сознание человека. Предметом исследования является язык политических текстов конца 20-х – начала 50-х годов XX века, времени господства тоталитарного режима на предмет взаимодействия концептов «Власть», «Страх» в пределах исследуемого материала. Известно, что в научной литературе существует множество подходов к понятию концепта, это привело в известной степени к размыванию его границ. В своей работе я опира-

юсь на определение концепта Ю.С. Степанова: «концепт как бы сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека, с другой стороны, концепт – это то, посредством чего человек сам входит в культуру» [Степанов 1997: 43]. В основе концепта лежит обобщенный образ предмета, который обычно предшествует его наименованию, слово служит неким мостиком, связующим язык и сознание. На языковом уровне можно проследить взаимодействие отдельно взятого концепта с другими концептами. Обнаружить и проследить пути взаимодействия концептов можно на материале исследований семантических полей слов, характеризующих концепты «Власть», «Страх». Какая власть способна внушать страх? В законодательстве любого правового государства должны быть четко прописаны все действия, за которые может последовать наказание. Таким образом, если человек не совершал преступления, он не может быть наказан властью, следовательно, страх перед властью у такого человека отсутствует. Иначе дело обстоит, если власть наказывает по подозрению или доносу, именно таким образом действовала советская власть в сталинскую эпоху. Семантическое поле с доминантой власть вмещает в себя следующие языковые единицы: контекстуальные синонимы слова власть: *диктатура пролетариата, партия*; существительные: *убеждение, завинчивание, соединение, принуждение, развертывание, упрочение, подчинение*; существительные: *правильность, боеспособность, сплоченность, готовность; чистка, продразверстка*; глаголы с семантикой созидания: *цементировать, укрепляться, развивать, восстановить*; глаголы с семантикой разрушения: *свергнуть, ликвидировать, разрушить, расшатать, разгромить*.

Условно можно обозначить оппозицию **власть – враг**. В послереволюционной России главным врагом советской власти считалось самодержавие (царизм), соответственно основными врагами были «бывшие люди» и активные противники большевистской власти. В сталинское время понятие врага значительно расширяется, оказаться в числе врагов и быть подвергнутым репрессиям мог каждый по независящим от него причинам. Страх перед властью основывается на страхе физической расправы: арест, заключение, пытка, ссылка, расстрел, часто расправа над семьей осужденного. Понятие врага лежит в основе взаимодействия концептов «Власть», «Страх». Слово страх означает «душевное состояние, когда человек боится чего-либо»,

«состояние тревоги и беспокойства в связи с грозящей или возможной опасностью» [Ефремова 2000: Т II 715]. Семантическое поле страх представлено в исследуемых текстах следующим образом: 1) чувство страха формировалось на основе понятий: *вредитель, враг народа, кулак, троцкист, шпион, двурушник, убийца, предатель, изменник, улика, клевета следствие, преступление, осуждение, разоблачение, устранение, оживление*. Слово *оживление* десемантизируется. Оживление значит действие, направленное на возвращение жизни. В исследуемом тексте оживление употребляется применительно к врагам власти «возможность оживления троцкистских контрреволюционных групп» [Вышинский 1933: 9] и имеет значение начала активного действия, направленного на причинение вреда советскому государству. Оживлению как действию со стороны врагов советской власти могут быть противопоставлены действия, предпринимаемые властью с целью подавить антиправительственные выступления: разоблачение, осуждение, устранение. 2) Глаголы с семантикой внушения страха: «начинает работать подпольная машина, оттачиваются ножи, заряжаются револьверы, пишутся и фабрикуются фальшивые документы, завязываются тайные связи с германской политической полицией, расставляются посты, тренируются в стрельбе, стреляют и убивают» [Вышинский 1936: 62]; 4) глаголы с разговорно-сниженной семантикой: *высунуться, состряпать, пакостить*; 5) фразеологизмы: *спрятаться в кусты, перепевать песенки (врагов), скатиться в болото, сбросить маску, попить ногами* (известное положение ленинизма).

Общими для семантических полей концептов «Власть», «Страх» являются существительные со значением действия внушающего страх: *завинчивание, принуждение, чистка, продразверстка, арест, следствие* и др. Слова, которые называют врага власти, *вредитель, враг народа, шпион* и др. Наиболее широко связь концептов «Власть» и «Страх» проявляется на уровне глаголов. Так, общими для концептов «Власть», «Страх» являются все глаголы с семантикой разрушения, а также ранее упомянутые глаголы: *оттачиваются, пишутся, фабрикуются, завязываются, расставляют, раскулачить, искоренить*.

Характерной особенностью образа врага в Советской России конца 20-х – начала 50-х годов является его максимальная обобщенность, понимание того, что в числе врагов мог оказаться каждый, следствием этого является страх любого неосторож-

но произнесенного слова, которое может повлечь за собой арест. Указанные выше глаголы характеризуют действия, предпринимаемые властью против врагов, сюда относятся создание доказательств, на которых основывается обвинение (фабрикуются) и последующие карательные меры: пустить ко дну, разорвать на части, выжигать каленым железом.

На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы: семантические поля концептов «Власть», «Страх» тесно взаимосвязаны друг с другом на основании оппозиции власть - враг, часто разграничить два этих семантических поля не представляется возможным, т.к. понятия власти и страха были неотделимы друг от друга. Совмещение семантических полей концептов «Власть», «Страх» является подтверждением того, что внушение страха было основой политики Советской России периода конца 20-х – начала 50-х годов XX века. На языковом уровне находит подтверждение жестокость сталинской тоталитарной системы, где полностью отсутствуют права и свободы граждан, отсутствует возможность выбора, где донос является главенствующей формой диалога народа и власти.

ЛИТЕРАТУРА

Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. – М., 1997.

История Всероссийской Коммунистической партии большевиков. Краткий курс. – М.: Политиздат, 1950.

Вышинский А.Я. Обвинительная речь на процессе троцкистско-зиновьевского террористического центра. – М.: ОГИЗ, 1936.

Вышинский А.Я. Расследование дел о вредительских и диверсионных актах, совершаемых при помощи и под видом нарушений правил техники безопасности, а также дел об иных преступлениях, связанных с нарушением правил техники безопасности. Пособие для следователей. – М.: Юридическое издательство НКЮ СОЮЗА ССР, 1937.

Вышинский А.Я. Вредители электростанций перед пролетарским судом. Речь государственного обвинителя прокурора республики. – М.: Партийное издательство, 1933.

© Коробкова О.М., 2009

Котюрова М.П.

Пермь, Россия

СТИЛИСТИЧЕСКАЯ МОДАЛЬНОСТЬ

ТЕКСТА ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Политическая журналистика – динамичный и, кажется, хаотичный процесс, однако его можно рассмотреть, «остановив» пристальный взгляд на одном тексте, который всегда создан конкретным автором – индивидуальной творческой личностью.

Если иметь в виду то, что в речи (тексте) передается информация о двух важнейших системах языка – денотативной и коннотативной, нельзя не учитывать и того обстоятельства, что в формировании стиля речи (в данном случае – индивидуально-го стиля/ речевой манеры) «участвуют обе системы: денотативная система, можно сказать, втянута в коннотативную» (Ревзина 2003: 206). Ясно, что принципиально, по определению, невозможно дать полную характеристику индивидуальной речевой манеры носителя языка (журналиста, ученого, писателя, юриста – любого мастера слова). Как писал пермский психолог В.С. Мерлин, «в человеке нет двух сортов свойств – типичных и индивидуальных. Каждое отдельное свойство типично по одним проявлениям и индивидуально по другим» (Мерлин 1986: 32), предлагая применить *интегральный* подход к изучению индивидуальности человека. В связи с методической трудностью осуществления интегрального (междисциплинарного) подхода к изучению речевой индивидуальности журналиста, мы идем по усеченному (хотя несомненно, что в то же время и обобщенному), но, кажется, целесообразному пути – обратить особое внимание лишь на *доминирующие* свойства речевой манеры автора, иначе говоря, сам стилистический смысл текста.

Подхватим мысль О.Г. Ревзиной (в тезисах, естественно, ею не развитую) о том, что «сам стилистический смысл трактуется как стилистическая модальность, как репрезентированные **точки зрения**, связанные с *типом личности*, с *типом мышления*, привлеченной *внеязыковой действительностью* (Подчеркнуто нами. – М.К.» (Ревзина 2003: 207). Отсюда ясно, что стилистическая модальность формируется благодаря профессионализму журналиста, испытывающему неизбежное влияние социокультурных, политических, экономических и технологических факторов (Симкачева 2006: 12). Однако уточним: несмотря на значимость этих объективных факторов, «чтобы выявить константы профессионализма, следует учесть, *во-первых*, субъективные факторы. Для журналистской профессии это – некая природная предрасположенность к духовно-практической деятель-

ности (Подчеркнуто нами. – М.К.)» (Тулупов 2009: 25), а также «познавательный интерес» (Ракитов 1982) к публицистике.

Лингвистической единицей анализа (выявления) стилистической модальности является *текстовая категория*, дискретно и с разной «плотностью» представленная в тексте различными языковыми единицами – маркерами категории. Текстовая категория определяется в «Стилистическом энциклопедическом словаре» как «один из взаимосвязанных признаков текста, представляющих собой отражение определенной части общетекстового смысла различными языковыми, речевыми и собственно текстовыми (композитивными) средствами» (СЭС 2003: 533). Обращение к текстовым категориям (а не языковым единицам или, напротив, другим текстовым единицам) целесообразным представляется по следующим причинам. Во-первых, текстовая категория понимается как «*объективное* свойство системного речевого явления и *деятельностно* значимое качество этого явления (Курсив наш. – М.К.)» (СЭС 2003: 534). Во-вторых, это объективное свойство текста соотносится с тем или иным экстралингвистическим фактором, действующим законообразно, т.е. независимо от субъекта речи. Это делает возможным предположение о репрезентации текстовых категорий в любом тексте, а не специально подобранном. Однако естественно, что иллюстративный материал обычно фиксирует анализируемую категорию «на пике славы», когда она доминирует над другими категориями. Во-вторых, категориально-текстовый подход – это подход гибкий, можно сказать, эластичный. Он предполагает применение различных познавательных процедур в отношении формы и содержания категорий. Постоянное обогащение состава познавательных приемов позволяет расширять наши *представления* о средствах формирования тех или иных категорий, в то время как применение приемов, ставших стереотипными в познании определенных явлений, дает возможность уплотнять полученные факты и тем самым формировать новое научное *знание* о стилистической модальности публицистического текста политической направленности.

Итак, текстовую категорию можно трактовать как **свойство** текста – при феноменологическом (содержательном) рассмотрении последнего; как **модель** (конструкт), обусловленный познавательной установкой субъекта познания (автора) – отсюда и форма конструкта, и степень его сложности, и характер соотношения с другими конструктами, и т.д.; как **единица** анализа,

«несущая в себе основные свойства целого, а именно его целе-направленность и композитивность» (СЭС 2003: 534). Такая методологическая насыщенность понятийной универсалии текстовой категории открывает объемное пространство потенциальной *публицистической* ситуации, связанной с индивидуальным стилем речи журналиста.

Список цитированных текстов

Мерлин В.С. Очерк интегрального исследования индивидуальности. – М., 1986. – 256 с.

Ракитов А.И. Историческое познание: Системно-гносеологический подход. – М., 1982. – 303 с.

Ревзина О.Г. Прологомены к теории стилистики // Русистика на пороге XXI века: проблемы и перспективы: Материалы международной научной конференции (Москва, 8-10 июня 2002 г.) / Составитель Н.К. Онипенко. – М.: ИРЯ РАН. – С. 206-209.

Симкачева М.В. Профессионализм журналиста: трансформация понятия, модели практического воплощения: Автореф. дис. ... к.ф.н. – Казань, 2006.

Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. – М., 2003. – 696 с.

Тулупов В.В. Этический «кодекс» журналистской профессии // Этика речевого поведения российского журналиста: Коллективная монография / Ред.-сост. Л.Р. Дускаева. – СПб., 2009. – С. 11-44.

© Котюрова М.П., 2009

Кошкарлова Н.Н.

Челябинск, Россия

КОНФЛИКТНОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ СОБЕСЕДНИКОВ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ИНТЕРВЬЮ

Прагматический подход к анализу языка и речи одним из своих многочисленных направлений видит изучение взаимодействия коммуникантов в процессе речевого общения. Как указывает О.А. Плотникова [Плотникова 2007], особое внимание в рамках этого научного направления уделяется правилам и конвенциям вербального общения, организующим чередование ходов коммуникантов, диктующим отбор языковых средств и построение высказываний. Наиболее ярко прагматическая направленность языковых единиц проявляется в информационном диалоге. Понимая интервью как тип диалогического текста, при анализе данного публицистического жанра мы определяем эту коммуникативную деятельность как совокупность речевых актов,

совершаемых коммуникантами навстречу друг другу, и сочетающий в себе элементы информирования, воздействия и взаимодействия. Конфликт в интервью может быть рассмотрен в русле семиотической теории, когда при восприятии аудиовизуальной информации адресат идентифицирует полученную информацию со своими имеющимися представлениями о референциальной ситуации на уровне всех компонентов (языковой, зрительной и слуховой систем). Ю.В. Артемьева [Артемьева 2000] отмечает, что в случае несоответствия всех компонентов или одного-двух из них не происходит адекватного восприятия информации. В таком случае возникает коммуникативная неудача, в нашем понимании коммуникативный конфликт. Коммуникативный конфликт возникает в том случае, когда взаимодействие участников интервью в ходе общения по линии «кооперативность-конфликт» развивается в сторону последнего. В этом случае принято говорить о негармоничных (конфликтных) диалогах; диалогах, нарушающих правила эффективного речевого взаимодействия (диалоги-диссонансы) или (в случае соблюдения важнейших правил эффективного речевого взаимодействия) гармоничных (кооперативных) диалогах.

На наш взгляд, коммуникативно-языковой аспект описания интервью предполагает прежде всего анализ лингвостилистических особенностей этой разновидности устной публичной речи. Не вызывает сомнения тот факт, что в интервью как структурно-смысловом единстве в тесном взаимодействии находятся индивидуально-языковые особенности говорящих, лексико-словообразовательное наполнение, синтаксические структуры. Рассматривая интервью как провокативный жанр, функционирующий в соответствующем типе дискурса, мы считаем, что телеинтервью может стать благодатной почвой для существования такой формы конфликтного общения, как политический скандал. Политический скандал, являясь содержанием телеинтервью, будет включать в себя такие речевые акты, как угроза, оскорбление и упрек. Реализация этих речевых актов имеет сложную природу в телевизионном интервью, так как телеинтервью состоит из непосредственного контактного общения и опосредованного дистантного общения ведущего и телезрителей. Итак, способы реализации перечисленных выше речевых актов зависят от следующих параметров: 1) Тема интервью (поле анализируемого дискурса); 2) Роли участников интервью (коммуниканты); 3) Канал передачи интервью (модус).

На наш взгляд, данные параметры являются основанием отступления коммуникантов от соблюдения этических предписаний, что, в свою очередь, является следствием асимметричного распределения коммуникативных ролей в интервью – феномена, подробно описанного на материале немецкого языка Ф.-Й. Беренсом [Berens 1975]. Суть асимметрии как ключевой характеристики коммуникации в интервью заключается в том, что интервьюеру отводится право начинать и завершать интервью, вводить и продолжать темы, задавать вопросы, основываясь на имеющихся у него данных. Интервьюируемому надлежит высказываться по вопросам интервьюера и принимать его отзывы и комментарии. Смена темы в ходе интервью может произойти только с согласия интервьюера. Как показывает анализ материала в рамках конфликтного типа дискурса, интервьюер не всегда лишен права для выражения своего мнения. В некоторых случаях высказывая свою точку зрения по тому или иному вопросу, комментируя высказывание собеседника, интервьюер провоцирует интервьюируемого на конфликтный диалог, тем самым воздействуя на целевую аудиторию в эмоциональном плане и создавая у реципиента информации желаемое психологическое состояние. Таким образом, в конфликтном типе дискурса нарушается асимметрия ролей партнеров, что в некоторых случаях приводит к несоблюдению нейтралитета интервьюера и может трактоваться как стилистические, культурноречевые и коммуникативные нарушения этических норм.

ЛИТЕРАТУРА

Артемьева, Ю.В. Акты референции в телевизионном дискурсе: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тверь, 2000.

Плотникова, О.А. Стратегии контроля диалогического взаимодействия в интервью: Дис. ... кандидата филол. наук. – Омск, 2007.

Berens, F.-J. Analyse der Sprachverhaltens im redekonstellationstyp «Interview». Eine imperische Untersuchung. – München: Max Hueber Verlag, 1975.

© Кошкарлова Н.Н., 2009

Крапотина Т.Г.
Москва, Россия

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ВКРАПЛЕНИЯ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В РЕЧИ СОВРЕМЕННЫХ ПОЛИТИКОВ

В настоящее время изучению особенностей функционирования фразеологических знаков отводится значительное место в разработке прагматических проблем. Своеобразие фразеологической номинации, ее бесспорное отличие от словесной номинации, особенности актуализации фразеологического значения не только в номинативном, но и в коммуникативном потенциале находят отражение во многих современных исследованиях.

Фразеологизмы – это единицы языка, по природе своей предназначенные быть средством передачи образного представления. Трансляцию информации идиомы осуществляют экономными средствами, ярко, выразительно, выражая состояния, качества, оценку и т.п.

Как известно, к релевантным признакам политического дискурса наряду с его информативностью относят экспрессивность и образность, апелляцию не к *ratio*, не к некоторым логически безупречным доказательствам, а к эмоциям. Нельзя не признать справедливым утверждение авторитетного исследователя языка газеты В.Г. Костомарова, что <...> любая массовая информация должна быть эмоционально-заражающей, а не только содержательно-рационалистической» [Костомаров 1971: 43]. Это качество текстов массовой коммуникации (в том числе и политических) обусловлено тем, что им присуще единство организующе-воздействующей и информационно-содержательной функций, языковая реализация которого заключается «в последовательном соотношении стандартов и экспресsem, в постоянном чередовании нейтральных и оценочных языковых единиц, маркированных и немаркированных компонентов речи» [Рублева 2006: 28]. Вот почему для политического дискурса важно превалирование коннотативности над денотативностью, и даже, возможно, аксиологичностью.

К языковым единицам-экспресsemам, без сомнения, принадлежат фразеологизмы, образное основание которых служит как исходное не только для их семантики, но и способно играть роль “основного нерва” (метафора принадлежит Г.М. Горбань) в их функционировании в речи [Горбань 2007: 140].

С одной стороны, политические деятели используют богатства фразеологической системы современного русского языка; с другой – сами принимают участие в «словотворчестве». Так, например, обогатили афористику русского языка множественные единицы, авторами которых являются известные политики и исторические деятели, например: Иду на вы (князь Свя-

тослав Игоревич); Промедление смерти подобно (Петр I); Тяжело в учении – легко в бою (А.В. Суворов); Экономика должна быть экономной (Л.И. Брежнев); Процесс пошел (М.С. Горбачев); Хотели как лучше, а вышло, как всегда (В.С. Черномырдин); мочить в сортире (В.В. Путин) и др.

В языке современных СМИ (в том числе в политических текстах), по нашим наблюдениям, прослеживается тенденция к расширению сферы функционирования идиом. Данные нашей картотеки (по материалам телевизионных передач и центральных газет) свидетельствуют:

1) в анализируемой группе прежде всего выделяются “традиционные” узуальные фразеологизмы, зафиксированные фразеологическими словарями, например: [Д.А. Медведев:] Мы часто ломаем голову, как найти управленцев на местах в субъектах Российской Федерации [ТВ. Кан. «Россия». «Вести». 23.07.08]; [В.В. Путин] Я считаю, что, раз забравшись в кресло начальника, сидеть в нем до гробовой доски неприемлемо [ТВ. 1-й кан. Пресс-конференция Президента РФ. 14.02.08]; [В.В. Жириновский:] Саакашвили в ногах у Путина валялся <когда просил газ>. [В. Соловьев:] Можно представить себе картинку: стоит Владимир Путин, а в ногах у него – Саакашвили [ТВ. НТВ. «К барьеру». 15.05.08]; [Политик и философ А. Дугин:] Да, конечно, политикам в США очень выгодно перед выборами в своей стране поставить Россию на колени;

2) используются паремии, например: [Путин:] К сожалению, мы вынуждены жить по принципу: доверяй, но проверяй [ТВ. 1-й кан. Пресс-конференция. 14.02.08];

3) используются как прецедентные фразы или реплики, известные по другим источникам, например: [В.В. Путин:] Давайте-ка, ребята, жить дружно. И без лишних проблем [ТВ. 1-й кан. «Новости». 06.04.08];

4) используются фразеологизированные обороты или коллоквиалы, еще недостаточно освоенные фразеологической системой русского языка, например: [В.В. Путин:] Кто-то решил, что Ингушетия – «слабое звено» на Кавказе [ТВ. 1-й кан. Пресс-конференция. 14.02.08]; «Вертикаль власти должна стать несущей конструкцией национального проекта», – подчеркнул Г.А. Зюганов [Газ. «Советская Россия». 07.02.05].

Как свидетельствуют приведенные примеры, использование фразеологизмов в современном политическом дискурсе – явление достаточно распространенное. Идиомы вводятся в

текст как полностью, так и в трансформированном виде, с заменой компонентов и т.п.

Причины введения фразеологизмов в речь (текст) самые различные: для эмоционально-экспрессивной номинации явлений в жизни общества, с целью индивидуализации речи и т.п. Как правило, авторы современных политических текстов не используют фразеологизмы с явной оценочностью; они оперируют единицами, оценочность которых – на концептуальном уровне.

ЛИТЕРАТУРА

Горбань Г.М. Функционально-стилистическая роль фразеологизмов в публик рилейшнз // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология». – Симферополь: ТНУ им. В.И Вернадского, 2007. – Т. 20 (59), №3. – С. 140-144.

Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. – М.: Изд-во МГУ, 1971. – 257 с.

Рублева Е.В. Лингвопрагматические аспекты политической теледискуссии: дис. ... канд. филол. наук. – М.: ГосИРЯ им. А.С. Пушкина, 2006. – 183 с.

© Крапотина Т.Г., 2009

Красильникова Н.А.

Новоуральск, Россия

МЕТАФОРИЧЕСКИЙ ОБРАЗ ГРУЗИИ НА БРИТАНСКИХ САЙТАХ

Когнитивные исследования медиа-дискурса тех или иных событий позволяют определить особенности восприятия происходящего политиками и журналистами, однако обычно меньше уделяется внимания реакции реципиента политического дискурса, хотя рассмотрение такого объемного образования, как дискурс, не может быть полным без учета обратной связи с адресатом обращений политических деятелей или журналистов.

Особенно острая потребность знать настроение реципиента политического дискурса и его отношение к тому или иному политическому институту, лицу или событию возникает в периоды «информационных войн», когда враждующие стороны выдают миру информацию, конфликтующую с реальностью, и в мире начинает складываться искаженное представление о причинах, сути и характере конфликта. В такой ситуации задача враждующих сторон удержать мировую общественность на своей стороне.

Продолжая наше исследование образа российско-грузинской войны на британских сайтах год после страшных событий, которые потрясли Осетию 08.08.08, мы задали в поиск «СААКАШВИЛИ – МЕТАФОРА». Результатом стало множество прецедентных феноменов, аллегорий и языковой игрой. Приведем лишь некоторые заголовки: «МИША И МЕДВЕДЬ», «СААКАШВИЛИ – ЛЖИВЫЙ ПСЕВДО-МАЧО», «СААКАШВИЛИ КАК МАЛЕНЬКИЙ ПУТИН», «УРОКИ ГОСПОДИНА НИКТО, ИЛИ ТАЛАНТЛИВЫЙ МИСТЕР СААКАШВИЛИ», «ГРУЗИЯ – ЭТО МОЗОЛЬ НА НОГЕ РОССИИ», «ГРУЗИЯ – ЭТО ЯГОДКИ...», «ГРУЗИЯ ЭТО НЕ ТОЛЬКО ГРУЗИНЫ...», «КРИЗИС ЛЖИ И ИСТЕРИИ» и т.д. Многие статьи сопровождаются множеством ироничных фотографий и карикатур, что еще раз подтверждает тезис К. де Ландтсхеер о том, что количество метафор (представленных вербальными или невербальными средствами), увеличивается в периоды общественно-политических кризисов.

С начала российско-грузинской войны в 2008 году мировое сообщество стало получать самую разную информацию о происходящем на территории Южной Осетии. Кто напал? Как напал? Почему напал? Эти вопросы задавал себе любой человек, небезразличный к мировым новостям. В американских интернет-новостях доминировала антироссийская пропаганда, Великобритания, казалось, пыталась определить самостоятельно.

Мы обратились к статьям британских журналистов в таких известных изданиях как news.bbc.co.uk, www.guardian.co.uk, blogs.independent.co.uk, www.telegraph.co.uk, www.timesonline.co.uk, и нашли массу разноликой информации, что в условиях развернутой информационной войны было неудивительным. Однако наше внимание привлекли преимущественно комментарии, выложенные после этих статей читателями.

Во-первых, их было очень много – десятки и даже сотни после каждой статьи. Во-вторых, их оставляли не только жители Великобритании, но люди из многих других стран, включая Россию и Осетию, на хорошем английском языке и не очень. Стандартная подпись читателя-комментатора состоит из двух компонентов – ника (интернет-имени) и страны, откуда пришел данный комментарий. В-третьих, комментарии мировой общественности изобилуют метафорами, которые концептуализируют данный вооруженный конфликт.

Оказалось, что личность президента Грузии Михаила Саакашвили является самой популярной темой в дискурсе общест-

венности, посвященном российско-грузинскому конфликту, при этом наиболее распространенными и развернутыми метафорическими моделями, репрезентирующими грузинского лидера в комментариях активистов мировой общественности к статьям в британских изданиях, являются следующие: СААКАШВИЛИ – АГРЕССОР, СААКАШВИЛИ – БОЛЬНОЙ, СААКАШВИЛИ – УЧАСТНИК ИГРЫ. Менее продуктивными и реже представленными были метафорические модели СААКАШВИЛИ – МАЛЬЧИШКА, СААКАШВИЛИ – ЖЕРТВА. Наименее распространенными оказались метафорические модели: СААКАШВИЛИ – СЛУГА, СААКАШВИЛИ – ЛЖЕЦ. Большинство обнаруженных нами концептуальных метафор показали грузинского правителя как лицемерного, жестокого и психически нездорового человека. Более или менее положительную оценку он получает в рамках метафорического экспансии образа *жертвы*, однако наполняющие эту метафорическую модель метафоры не лишены иронического подтекста.

Подводя итог проведенному когнитивному анализу дискурса комментариев общественности в отношении военного конфликта Грузии с Россией, можно констатировать, что основными метафорическими моделями, в которых представляли себе российско-грузинскую войну 2008 года люди из разных стран являются традиционные для политического дискурса метафорические модели ГРУЗИЯ – ЖЕРТВА, ГРУЗИЯ – АГРЕССОР, ГРУЗИЯ – УЧАСТНИК ИГРЫ иokkaзиональная метафорическая модель ГРУЗИЯ – ДРУГ АМЕРИКИ. При этом мнения сторонников и противников Грузии разделились поровну, метафорическая модель ГРУЗИЯ – УЧАСТНИК ИГРЫ может носить как пейоративный так и мелиоративный характер, а метафора ДРУЖБЫ в контексте дискурса общественности не несет концептуального ожидаемого вектора одобрения или поддержки, а используется для высмеивания отношений между Грузией и Америкой.

© Красильникова Н.А., 2009

Кручинкина Н.Д.

Саранск, республика Мордовия

МЕТОНИМИЯ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

М.М. Бахтин в свое время выделял политический жанр, который реализуется в процессе общественно-политической коммуникации (М.М. Бахтин Эстетика словесного творчества, 1979: 252). Некоторые лингвисты общественно-политическую коммуникацию выделяют в специальную область исследований.

В научной школе А.П. Чудинова эта область исследований получила название политической лингвистики (Чудинов А.П. Политическая лингвистика, 2006).

Письменная форма коммуникации, в том числе и политической, оформляется в виде текстов. Согласно теории массовой коммуникации, текст представляет собой иерархию коммуникативных программ (Прохоров Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс, 2004: 13), которые имеют деятельностный характер. В политических текстах ярко представлена функция воздействия, которую М.М. Бахтин называет адресованностью (М.М. Бахтин Эстетика словесного творчества, 1979: 290-291).

Журналист для осуществления эффективной коммуникации в ее информационно-адресативной интенции должен учитывать целый ряд требований для осуществления наиболее эффективного информационного воздействия на потенциально читателя.

В когнитивном аспекте политический текст, в частности, текст газетной статьи, среди прочих требований, должен быть экономичным по средствам выражения и плотным по объему заключенного в нем содержания. Особая роль в создании динамического эффекта отражаемых событий и тем самым в привлечении внимания читателя, а, значит, и воздействия на него принадлежит заголовку. Заголовок текста содержит в себе фактически главную мысль текста. Учет данного фактора наиболее конкурентно стараются использовать в публицистике Интернет-изданий.

Соблюдению требований экономичности речевого выражения и одновременно с этим сохранения большой плотности ее содержания, т.е. как бы взаимоисключающих характеристик, соответствуют механизмы метонимического переименования. Поэтому метонимия относится к частотным языковым средством, используемым в политических текстах. Наиболее ярко ее использование проявляется в заголовках политических статей.

Экономия речевого выражения с использованием метонимии связана с синтагматическим механизмом метонимии (мы, как и ряд других отечественных и французских исследователей, к метонимии относим и синекдоху). При метонимическом переименовании в синтагматике, например, используется свертывание синтагм: Россия понимает Европу лучше, чем Европа – Россию (www.km.ru: 09.01.07). РФ готова сократить носители ядерных зарядов (www.vz.ru: 20.06.09). Le Pentagone va fermer

de nombreuses bases militaires (Le Figaro, 20 mai 2005). TF1 rencontre aussi la crise (Libération: 27.07.09).

Наиболее частотно употребляются метонимические переименования, обязанные в синтаксическом аспекте редукации семантически избыточного слова словосочетания: можно сказать, что они стали стандартными для политических статей, в частности, во французских газетных изданиях: *C'est lundi, Wall Street frémit* (Libération 22.07.02). *Washington tente de briser le "front du refus"*. (Le Monde 25.09.03). *L'Ukraine interrompt le transit du gaz vers l'Europe* (Le Monde. 27.07.09.) *Kiev empêche le transit du gaz russe vers l'Europe* (www.rfi.fr: 27.07.09). *У России есть право на "превентивный удар* (Известия 08.02.07). *Вашингтон обеспокоен ростом военной мощи и подготовленности Вооруженных сил России* (Известия 15.01.07).

В коммуникативном плане свертывание синтагм возможно потому, что, в соответствии с принципом экономии, избыточная информация, известная читателю из-за частотности референции к соответствующим реалиям, сокращается в том случае, когда она не влияет на коммуникативную полноту поставляемой информации. Речь идет не об индивидуальном использовании метонимического переименования как стилистическом средстве контекстуальной вторичной номинации, а об установившихся политических клише: например, государственные или межгосударственные события, отношения, связанные соответственно, с Россией, Францией, США, метонимически обозначаются, соответственно, лексемами *Россия* (*La Russie*), *Москва* (*Moscou*), *Кремль* (*Kremlin*); *Франция* (*La France*), *Париж* (*Paris*), *Елисейский Дворец* (*l'Elysée*) или *США* (*Les USA*), *Вашингтон* (*Washington*), *Белый Дом* (*Maison Blanche*), события, связанные с действиями военного ведомства США лексемой *Пентагон* (*Le Pentagone*) и т.п.: *Ecoutez de l'Elysée* (Le Figaro, 17.02.05). *Un ancien premier ministre dénonce le "changement de cap" du Kremlin* (Le Monde, 25 02.05). *Le Pentagone va fermer de nombreuses bases militaires* (Le Figaro, 20.05.05).

Виртуальные исходные синтагмы, без редуцирования номинатором лексически избыточных лексем, были бы громоздкими, тяжеловесными и, следовательно, совершенно не соответствующими динамическому по своей информационной и коммуникативной стратегии произведению – например, заголовка публицистической статьи: *Pékin lance sa réforme de la Poste* (Le Figaro. 13.08.05) / Cf.: (Pékin = le gouvernement chinois и le Conseil

d'Etat) → *Le gouvernement chinois et le Conseil d'Etat lancent leur réforme du travail du système postal. Пентагон не оспаривает право России держать подлодки в международных водах* (www.dni.ru: 08.08.09) Ср.: *Военное ведомство США не оспаривает право вооруженных сил России держать подлодки в международных водах.*

© Кручинкина Н.Д., 2009

Кузнецова Ю.Е.

Казань, Россия

КРАТКИЙ СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОТРАЖЕНИЯ КОНЦЕПТА «ВЛАСТЬ» В РУССКОМ ФОЛЬКЛОРЕ И СОЗНАНИИ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА НАЧАЛА XXI ВЕКА

В когнитивной лингвистике современности существует очень большой спектр подходов к тому, как определить понятие «концепт». Изучив многие из этих подходов можно выделить то, что данное понятие включает в себя некую «универсалию», «общую идею», закреплённую в ментальности, в психике и воспроизводящую картину мира представителей того или иного этноса. По мнению Е.С. Кубряковой, концепт отражает представления «о тех смыслах, которыми оперирует человек в процессах мышления и которые отражают содержание опыта и знания, содержание результатов всей человеческой деятельности и процессов познания мира в виде неких квантов знания» [Краткий словарь когнитивных терминов 1996: 90].

Исследуя концепт «Власть» можно проследить то, как меняется отношение человека и народа в целом к этому явлению социальной жизни. При исследовании данного концепта можно проследить очень тонкую грань между лингвистической, социальной и философской областями человеческих знаний. В данной работе основное внимание уделяется власти как лингвистическому понятию.

Толковый словарь под редакцией Ожегова даёт следующие толкования лексемы Власть: 1. Право и возможность распоряжаться кем-нибудь и чем-нибудь, подчинять своей воле. 2. Политическое господство, государственное управление и его органы. 3. Лица, облечённые правительственными, административными полномочиями.

Русские народные сказки, пословицы, поговорки представляют собой огромный пласт для исследования представления русского народа о всём том, что имеет отношение к власти. Анализируя выше указанные составляющие русского фольклора,

можно сделать выводы, что власть прежде всего отождествлялась с царём как помазанником Божиим, и отношение к нему среди народа чаще всего было благоговейное и почтительное. Это проявляется в таких примерах устного народного творчества, как *Что Бог, то Бог, а свята и воля царская; царь – помазанник Божий и т.д.* Можно отметить так же и соотношение царя с солнцем (Светит одно солнце на небе, а царь русский на земле), что одновременно соединяется и с идеей плодородия, и с единичностью общего лидера, и с идеей вечности монархической власти.

Проводя лингвистическое исследование представления современного человека и его отношения к власти, можно провести ряд экспериментов, одним из которых является свободный ассоциативный эксперимент (САЭ). В ходе эксперимента респондентам предоставляется слово-стимул, на которое они должны дать ассоциаты, которые приходят им на ум. Далее все полученные результаты подразделяются на подгруппы: ощущение, восприятие, представление и понятие.

Среди реакций русских респондентов маркерами (т. е. наиболее частотными реакциями) являются такие реакции, как: *богатство, возможности, государство, деньги, коррупция, политика, сила* и т.д.

Анализируя данные, полученные в ходе эксперимента, можно выявить то, что власть вызывает у русских людей:

1) ассоциации, связанные с политическим строем страны или политическими деятелями (*анархия, демократия, Дума, президент, Путин, тоталитаризм, царь*);

2) ассоциации, связанные с положительными и отрицательными возможностями, которые даёт человеку власть (*богатство, влияние, всемогущество, могущество, независимость, преимущество, уверенность, успех*);

3) положительные ассоциации, связанные с *доверием, надеждой, надёжностью, позитивом, порядком, порядочностью, справедливостью, счастьем, уважением, усердием, успехом, честностью*.

Анализируя и сравнивая полученные данные, можно сделать выводы, что существует определённое сходство в представлении о власти русского народа в XIX и в XXI веках. Это сходство проявляется в положительном отношении (доверие, надежды, связанные с представителями власти, могущество, уважительное отношение).

© Кузнецова Ю.Е., 2009

Купина Н.А.

Екатеринбург, Россия

О ПРИНЦИПАХ ТИПОЛОГИИ СОВЕТИЗМОВ

В современной речевой оборот возвращаются советизмы. Их функционирование в политических текстах различных жанров требует многоаспектного осмысления, предполагающего наличие определения обозначенного пласта лексики и ее типологию. Последняя должна осуществляться с учетом бытования советизмов в эпоху социализма (первый синхронный срез) и в постсоветскую эпоху (второй синхронный срез). Можно говорить о широком и узком понимании советизмов.

В широком понимании термин **советизм** толкуется как слово (сочетание слов, клишированное выражение), обладающее значением, компонентный состав которого отражает специфику участка собственно денотативного пространства и содержит наведенные идеологической и / или социальной средой коннотативные приращения или культурные ограничители: *подселение, уплотнить, цэковский паек, из-под полы, вещепоклонство, трудодень, трудовая вахта* и др.

Для политической лингвистики важно учитывать узкое определение, в соответствии с которым к **советизмам** относится политическая лексика и фразеология, имеющая, во-первых, тенденциозно-идеологическое смысловое наполнение (*прихвостень, вредитель, наемник буржуазного империализма, нормы партийной жизни, по-ленински, несознательный, безыдейный*), во-вторых, отражающая процесс языкового сопротивления (*самиздат, тамиздат, бровеносец, принудилровка, контора* – 'о КГБ').

Узкое понимание советизмов предполагает выявление парадигматических рядов лексических и фразеологических единиц, объединенных семантическим стержнем 'свойственный политике партии, относящийся к государственной власти Советов'. Целесообразно осуществить тематическую классификацию советизмов и на ее фоне выявить способы отражения идеологической ортологии в семантике лексем типа *правильный кодекс, образцово-показательный* и словосочетаний с опорными словами *норма, решение, указание, мера, порядок, линия, образец, в соответствии* и др.

Особая задача – выявление разновидностей номинированных политических практик (*неделя революционной славы,*

партийная неделя, социалистическое соревнование, проработка, перековка, всенародное обсуждение и др.).

Объективная лингвистическая характеристика механизмов идеологеообразования предполагает наличие вписанных в контекст эпохи социализма типологических описаний, аксиологических механизмов, оснований метафоризации, направлений формирования перифраз.

Для интерпретации тенденций развития современного политического языка необходимы сведения о принципах отбора и реализации групп советизмов, источниках вербальных прецедентных знаков, факторах, обуславливающих оживление советской персоналогии.

Типологизируя советизмы с опорой на диахронный подход к языковому материалу, целесообразно выделять подсистемы единиц-логоэпистем (Н.Д. Бурвикова, В.Г. Костомаров), функционирование которых было ограничено хронологически. Пласты новоархаизмов и новоисторизмов включают политическую лексику, хотя не исчерпываются ею. Кроме того, отдельные единицы, еще недавно воспринимавшиеся как ушедшие в пассивный запас словаря, актуализируются в политической речи наших дней.

© Купина Н.А., 2009

Курнос Д.Д.

Санкт-Петербург, Россия

ПРАВОРАДИКАЛЬНЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС СОВРЕМЕННОЙ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Долгое время британский правый радикализм считался относительно маргинальным политическим течением и привлекал внимания значительного числа исследователей. Ситуация кардинальным образом изменилась в последние годы. Праворадикальной Британской национальной партии (БНП) удалось привлечь на свою сторону существенную долю избирателей и добиться представительства в Европарламенте, а также в целом ряде муниципальных советов.

БНП была основана в 1982 году, однако истоки её нынешних успехов относятся к концу 1990-х гг. Введение элементов системы пропорционального представительства на выборах британской делегации в Европарламенте, а также при избрании ряда муниципальных и региональных представительных органов объективно благоприятствовало малым партиям. Избранный председателем БНП в 1999 г. Н. Гриффин поставил целью до-

биться электоральных успехов. Основными постулатами иницизированной им программы внутривнутрипартийных реформ стал отказ от «культуры безрассудного экстремизма» в пользу «профессионализма» и формирование приемлемого для публики имиджа партии (Corsey, 2004, p. 122). Основными постулатами, вокруг которых формировался новый имидж стали свобода, демократия, безопасность и идентичность. По словам Н. Гриффина, эти понятия были столь же естественными и безобидными, как молоко матери (Corsey, 2004, p. 103) Изменилось и восприятие британскими праворадикалами «другого». Если в 1930-е гг. в качестве основной угрозы ими постулировались евреи, а в 1960-е гг. – негры, то теперь это место заняли мусульмане. Лидер БНП Н.Гриффин объяснял это следующим образом: «Почему мы шумим об исламе? Потому что обыватели могут это понять <...> Если мы бы шумели об этой (еврейской) проблеме, когда газеты об этом не пишут... то обыватели посчитали бы нас сумасшедшими» (<http://video.google.co.uk/videoplay?docid=1269630805284168668>, 20.06.2008). Антимусульманской риторике способствовали общественные настроения, возникшие вследствие террористических актов в Нью-Йорке, Мадриде и Лондоне в 2001, 2004 и 2005 гг. Ислам рассматривается БНП как сила, несовместимая с ценностями западной либеральной демократии. По словам Гриффина, «ислам — это рак, съедающий наши свободы, демократию и права женщин — с этим нужно что-то делать» (<<http://iengage.org.uk/component/content/article/431-bnps-nick-griffin-islam-is-a-cancer>, 10.07.2009) При этом иммиграция рассматривается как целенаправленная политика исламской уммы. Как заявлял Гриффин, ««В сердце этой религии (ислама) лежит благословенное свыше стремление эмигрировать в другие страны, чтобы обратить их в ислам» (<http://www.youtube.com/watch?v=DOuYmkdms8w&feature=related>), 15.07.2009). Кроме того, массовая иммиграция в купе с падением рождаемости «коренного населения» понимаются как процессы, грозящие в самом ближайшем времени коренным образом изменить этнический состав населения. Лидер БНП охарактеризовал этот процесс, как «бескровный геноцид» (<http://bnp.org.uk/tag/bloodless-genocide/>). В партийной литературе иммигранты обычно именуется как «захватчики» (invaders). В подобных подходах можно усмотреть значительное сходство с позициями французского «Национального фронта» (См. Davies, 1999). Другую аналогию с дискурсивными практиками француз-

ских праворадикалов можно увидеть в активном использовании БНП терминологии обычно присущей их оппонентам — в частности, «расизм против белых» или «лейбористский фашизм».

БНП разделяет с континентальными праворадикальными политическими силами негативное отношение к «системным» политическим силам. Эта черта особенно ярко проявилась в ходе избирательной кампании перед выборами депутатов Европарламента в нынешнем году, которую партия провела под лозунгом «Наказать свиней!» (Punish the pigs).

В то же время, нация в понимании БНП строится не вокруг достаточно размытых понятий «идентичности», как у многих континентальных праворадикалов, а в рамках четко очерченных критериев расовой и этнической принадлежности. В частности, устав партии по-прежнему допускает членство в ней только для представителей европеоидной расы, являющихся коренными жителями Великобритании (Constitution of the BNP, VIII edition. Section 2, Article 1) и провозглашает целью партии «воссоздание расового состава Великобритании по состоянию на 1948 год» (Ibid, Section 1, Article 2).

Другим отличием БНП от многих праворадикальных партий континента, является антикапиталистическая направленность её риторики. В частности, партийный устав провозглашает, что БНП выступает против ««марксизма и либерально-капиталистического глобализма, которые подрывают наш уровень жизни, человеческое и экологическое благосостояние, свободу и национальную идентичность» (Constitution of the BNP, p.5).

Таким образом, в дискурсе современного британского правого радикализма адаптированы многие элементы, успешно использованные политическими силами подобного толка в континентальной Европе (в частности, во Франции). В то же время, он сохраняет «ядро», основанное на расизме и антикапитализме.

ЛИТЕРАТУРА

Constitution of the British National Party, VIII edition. – London, 2004.

Copsey, N. Contemporary British Fascism: The British National Party and the Quest for Legitimacy – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2004.

Davies P. The National Front in France. – London, 1999.

© Курнос Д.Д., 2009

Леви Ю.Э.

ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗА РОССИИ В ТЕКСТАХ ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ

Средства массовой информации (СМИ), безусловно, играют ведущую роль в формировании и пропаганде образа России. Образ России, который создается современными СМИ имеет противоречивый характер. Существующая риторика в отношении России и руководства страны обусловлена политическими пристрастиями и пропагандистскими задачами журналистов и политологов, выражающих свою позицию посредством текста СМИ. Для воздействия на аудиторию журналисты могут прибегать к различным стилистическим приемам, создавать определенного рода политические метафоры, аллюзии, ассоциации. Нам представляется интересным проанализировать, каким образом посредством заголовка как квинтэссенции содержания той или иной статьи, реализуются задачи пропаганды.

В этой связи необходимо отметить тот факт, что как и сам текст, заголовок способен управлять процессом понимания: начиная с первых же осмысленных единиц деления, у индивида формируется установка, связанная с прогнозированием дальнейшего содержания текста, активизируются психические процессы, такие как информационное предвосхищение и цикличность когнитивной обработки, осуществляется процесс семантической преднастройки. Феномен семантической преднастройки «работает» в заголовках таким образом, что настраивает реципиента на определенное восприятие информации. Многие современные реципиенты в силу нехватки времени или из-за экономии усилий в процессе переработки колоссального объема информации могут ограничиться только чтением заголовков без чтения самих текстов статей, поэтому свои суждения они будут формировать на основе заголовков. Но зачастую, тон заголовка не совпадает с тоном статьи, которой он предшествует и резюмирует, в некотором роде. Безусловно, необходимо учитывать, что написание заголовка отвечает определенным «законам жанра»: он должен быть броским, лаконичным, емким. И для реализации этих целей журналисты используют все возможные вербальные средства ответственности в ущерб здравому смыслу, но не в ущерб определенной пропаганде.

Нами были проанализированы около 100 заголовков статей о России за период 2007-2009 гг., представленных на сайте INOsmi. Проанализировав сами статьи, мы пришли к выводу о

том, что тот образ России и власти в стране, который формируется после прочтения большинства заголовков, оказывается более негативным, нежели в после прочтения большинства корпусов текстов самих статей.

Приведем ряд примеров аутентичных заголовков статей и вариантов их перевода, представленных на сайте INOsmi. Обаяние тирании («The Wall Street Journal», США); Как подтасовывались выборы; *A Managed Election* («The Guardian», Великобритания); Смесь беспощадности с дипломатией; *Wladimir Putin – Der Marionettenspieler* («Financial Times Deutschland», Германия) В. Путин – кукловод; *Who holds The Royal Scepter? V.V.Putin* («The Weekly Standard», США) Кто это – с царским скипетром в руках? В.В. Путин; *Democracy, Soviet-style* («The Economist», Великобритания) Демократия, но по-советски; *Putin The Great* («The Wall Street Journal», США) Путин Великий; За спинами убийц – мрачная правда путинской России («Sunday Herald», Великобритания); Единственный способ борьбы с путинской угрозой («The Times», Великобритания); Блэр прогибается под все более страшную Россию («The Times», Великобритания); *Protests, rallies and arrests: Russia gears up for election* («The Independent», Великобритания); *Paranoia russe* («Le Figaro», Франция) Российская паранойя; *Putin the Terrible, we love you* («The Sunday Times», Великобритания) Мы любим тебя, Путин, Великий и Ужасный; «Кузькина мать» Владимира Путина и Украина («Украинская правда», Украина); Русский медведь проснулся от зимней спячки («Al Watan», Арабская пресса); *The Evil Empire Strikes Back* («Forbes», США);) *Russia's Arctic Plays Concern Region* («Forbes», США) Игры России в Арктике вызывают озабоченность у стран региона; *Putin's posings is a classic example of political porn* («The Irish Times», Ирландия) Позирование Путина – классический пример политической порнографии.

В заголовках рисуется мрачный и враждебный образ России, они отсылают к образу СССР, царизму. Очевидно, что в сознании европейцев и американцев СССР ассоциируется с образом врага, «холодной войной», а царизм – с имперскими амбициями России. Использование слов с негативной коннотацией, а также связанных с военной тематикой и применением силы еще больше способствуют негативному настрою. Можно говорить об определенной негативной семантической преднастройке. В самих текстах авторы, несмотря на критику и нелестные отзывы относительно проводимой внутренней и внешней поли-

тики, проводят сравнительный исторический анализ. Журналисты подчеркивают, что Россия и российский народ пережили большие потрясения после распада СССР, поэтому зачастую оправдывают позицию России и действия ее власти по некоторым вопросам и признают, что мировое сообщество вынуждено считаться с амбициями России, которая вновь сильна и уверена в себе: она встала с колен, вновь обрела политический и экономический вес, может напористо оказывать давление на партнеров с ней приходится считаться. Образ России и власти продолжает быть напрямую связан с президентом, а в настоящий момент премьером – Путиным, который остается одним из самых популярных политиков, вызывающих интерес и уважение.

© Леви Ю.Э., 2009

Макеева С.О.

Екатеринбург, Россия

ЛОШАДИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ОБЗОРЕ

В семиозисе проблемной политической статьи особое место занимают так называемые знаки ориентации – ситуативные антонимы, номинирующие лиц/стороны, занимающие позиции ведущего/ведомого в реализации политического партнерства. Одной из специфических антонимических пар, характерной для русскоязычного дискурса последних лет, является *всадник/лошадь*. Популярность данных обозначений объясняется рядом экстралингвистических причин:

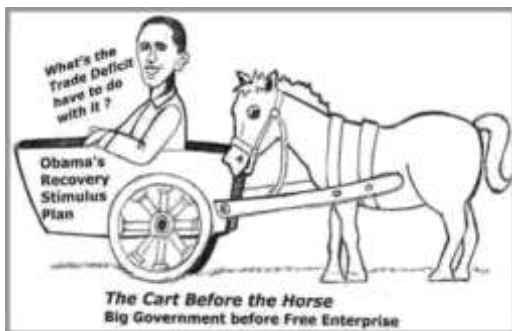
- обыгрывание 2002 – года лошади в китайском календаре;
- негласный политический статус ряда конноспортивных событий, в частности, скачек на приз Президента РФ;
- мощная 'ассоциативная аура' [Шейгал 2000: 167] номинаций, т.к. обе единицы являются обозначениями этнокультурных концептов;
- влияние аллюзивных политических текстов (в частности, высказывания Бисмарка: «В отношениях всегда есть лошадь и всадник»).

В русскоязычном политическом дискурсе «лошадь» развивает значение «неравноправный партнер, сторона, которая в результате реализации договора терпит убытки», ср.: *Америке давно пора понять, что Россия лошадью быть не желает!*

В англоязычном дискурсе ситуативные антонимы *всадник/лошадь* широкого распространения не получили: позиция оказалась «занятой» в силу обособления значения 'rider' – до-

полнение, поправка (к документу, в т.ч. политическому). В тех случаях, когда метафорическая номинация *всадник/лошадь* имеет место, речь идет о гармоничном партнерстве, ср.: *This is the concept of partnership of horse and rider: the horse is German economic strength; the rider is French political intelligence...* Можно в какой-то мере говорить о жанровой специфике реализации концепта, т.к. для английского языка актуализация поведения второго актанта в когнитивном сценарии *ВСАДНИК/ЛОШАДЬ* практически несвойственна, что может объясняться «предметной» модальностью по отношению к животным, характерной для английской лингвокультуры в целом (*о животном – 'it'*).

Более востребованными знаками ориентации 'ведущий/ведомый' в английском языке оказалась пара *horse/cart* (to put a cart before a horse); в проблемных статьях устойчивое выражение встречается в сильной позиции (заголовков) и оживляется за счет атрибутивных маркеров: *Obama's cart before the horse economy*; в тексте статьи метафора не поддерживается



либо поддерживается за счет невербальных средств, обычно карикатур (см. рис.).

Данное выражение калькировано в русском политическом дискурсе и в последнее время получило очень широкое распространение.

«Ставить телегу впереди лошади» – изначально не является частью русскоязычного фразеологического фонда, но обладает достаточной прозрачностью. Тем не менее, о полной эквивалентности в переводе речи быть не может, т.к. 'телега' имеет более специализированное значение, чем 'cart' в английском языке и приводит к снижению образа. Прагматический эффект данного выражения близок к пословицам, «содержащим элемент поучения и ставящим адресат в положение провинившегося или недостаточно опытного человека» [Карасик 2004: 26]. Кроме того, использование бытовой предметной метафоры при распределении абстрактного понятия в русском языке, в от-

личие от английского, как правило приводит к эффекту отрицательной оценочной контаминации [подробнее см. Макеева 1999].

Российские политические обозреватели, используя ингерентный оценочный потенциал данного знака агональности, стилистически обыгрывают его, делая узловым элементом конвергенции, например: *Указывая Грефу его место в разработке экономической политики, премьер предложил ему вооружиться каким-то «тонким экономическим инструментом». Например, лошадью. Остальные же министры должны сыграть роль телеги* (Журнал «Деньги» № 41 от 18.10.2004).

Специфика данной пары знаков ориентации заключается в оценочной синонимии контекстных антонимов: оба элемента пары являются инструментом эффективной политической пейоризации, что в какой-то мере отражает негативистскую, нигилистическую тональность проблемных политических обзоров в русскоязычном дискурсе.

ЛИТЕРАТУРА

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик: монография. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.

Макеева С.О. Метафора в английской педагогической терминологии (на материалах текстов научно-рекламного жанра) / С.О. Макеева //Актуальные проблемы лингвистики: Уральские лингвистические чтения- 99 (№12): Матер. ежегодн. регион. научн. конф. / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 1999

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал: монография. – М.; Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.

© Макеева С.О., 2009

Манаенко Г.Н.

Ставрополь, Россия

ПРОБЛЕМА ФАКТА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Факт (лат. factum – сделанное) – действительное, невымышленное происшествие, событие, явление; твердо установленное знание, данное в опыте, служащее для какого-л. заключения вывода...

Словарь иностранных слов

Корреляции *событие – факт* и *факт – оценка*, как и их составляющие, приобретают особую значимость для политической коммуникации, проявленной в различных институциональных дискурсах. Не менее существенной предстает и проблема объективности, безусловности и достоверности факта по отно-

шении к событию и его оценке в информационном пространстве, генерируемом СМИ. События, произошедшие в начале августа прошлого года на Кавказе, а точнее их представление и закрепление в информационном пространстве, вновь побуждают к теоретическому осмыслению данных корреляций, поскольку, к сожалению, год спустя не только в отечественном дискурсе масс-медиа, но и в научном (см.: Красильникова 2008) актуализировались и превалируют в качестве номинации факта «действительности» выражения «российско-грузинский конфликт» и «российско-грузинская война», что является свидетельством проигрыша в информационной войне.

Почему же стала возможной антироссийская пропагандистская кампания, почему в информационном пространстве Европы и Америки реанимировался образ России-«империи зла»? Чтобы ответить на данные вопросы, следует прежде всего отказаться от понимания *факта* как явления действительности. Н.Д. Арутюнова убедительно доказала следующее положение: «Представление о том, что факты первичны, а суждения, о них сделанные, вторичны, ошибочно» (Арутюнова 1999: 491). Иными словами, события наполняют собой действительность, говоря о них, человек превращает их в факты. При этом необходимо учитывать, что окружающий мир представляется человеку не в хаотическом континууме, а как последовательная смена своеобразных комплексов ситуаций. В связи с чем В.А. Звегинцев писал: «К ситуации следует отнести и все то, что вокруг человека, и все то, что находится в его сознании, «внутри» человека.... Короче говоря, ситуация – это все, что может быть содержанием коммуникативного процесса. Именно в этом смысле ситуация глобальна. Однако только в этом смысле. Но мир действительности – не ситуация. Это мир действительности, не прошедший через человеческое сознание» (Звегинцев 1996: 188). Следовательно, в корреляции *факт – событие* появляется среднее звено – *ситуация*. Ситуация – это взгляд человека на событие, ракурс представления в сознании человека «действительного, невымышленного происшествия, события, явления». Для того чтобы ситуация приобрела другие свойства факта, данные в его дефиниции, она должна получить языковое воплощение, которое, войдя в мир дискурса, позволит ситуации, выделенной в событии, стать «твердо установленным знанием, данным в опыте» и разделенным другим. Репрезентация ситуации как ментальной презентации возможна на основе *пропозиции*.

Справедливо утверждается, что мы видим мир в модальности субъекта, поэтому пропозиция – это отнюдь не «положение дел» в действительности, а «взгляд» говорящего на действительность, так как именно он создает ситуацию, выбирая глубокий предикат. Таким образом, пропозиция есть результат номинации и является семантической структурой, обозначающей ситуацию, т.е. событие (*со-бытие*) в представлении говорящего. Следовательно, корреляция *событие – ситуация – факт* неизбежно трансформируется в корреляцию *событие – ситуация – пропозиция – факт*.

Мир дискурса – это онтология языка и фактов, именно здесь и вычленяются «денотативные» («реальные») ситуации, соотносимые с языковыми высказываниями, и сущности связываются определенными отношениями лишь благодаря предметно-практическому опыту человека. Именно поэтому одной ситуации соответствует одна и та же пропозиция, а то, что находится вне человека, действительно, представляет фрагмент континуума внешнего мира во всем многообразии объектов, их свойств и отношений между ними – то или иное событие. Из чего следует, что онтология события – действительность (внешний мир), онтология факта – истинные суждения о действительности (внутренний мир). Но не просто суждения, а суждения истинные для определенного национального лингвокультурного сообщества. Объективируются факты в различных типах дискурса, вследствие чего также можно утверждать, что онтология фактов – это мир дискурса.

Именно поэтому вполне возможны в политической коммуникации «переименование» событий или замена одних фактов другими. Дискурсивная природа факта объясняет и феномен актуализации тех или иных фактов в информационном пространстве, а также либо соотнесенность фактов с разными ситуациями (соответственно, при неразличении *ситуации и события* – разными «событиями»), либо вообще возможность исключения факта, а значит, и события из информационной картины. Следовательно, можно утверждать о проблеме *выбора* факта и его закреплении в информационных потоках, что и придает факту характер предварительной *оценки*, обусловленной интенциями и социальными позициями «создателя» факта.

Из реального события «извлекаются» только такие факты, которые выгодны инициатору информационной войны. По мнению С. Кара-Мурзы, «ложь через умолчание является сегодня в общественной жизни явлением постоянным и обладает высокой

интенсивностью (Кара-Мурза 2001: 562). Именно поэтому прошлогодние события в Закавказье чаще номинируются словом *конфликт*, предполагающим двух и более участников (так Россия предстала *обязательной* стороной в вооруженном противостоянии) и оставляющим за пределами информации о данном событии *факты* военной агрессии и политики геноцида целых народов, осуществленных режимом Саакашвили, который был идентифицирован в информационном пространстве стран Северной Америки и Европы в качестве поборника демократии.

Между тем, как отмечает Г.Г. Почепцов, «Вбрасываемая в массовое сознание сконструированная информация формирует схемы восприятия иных последующих сообщений. Им уже труднее пробиться, поскольку сформированы определенного рода информационные фильтры» (Почепцов 2000: 137). Инерционность массового сознания – условие, позволяющее в целях пропаганды апеллировать к прошлым символам, к которым массовое сознание относится уже как базовым, маркирующим определенную картину мира. В этой связи У. Матурана совершенно справедливо писал, что «никого и никогда нельзя убедить рациональными доводами в истинности того, что в конечном счете уже не присутствует в неявной форме в комплексе верований этого человека» (Матурана 1996: 140). Не может «демократическое» правительство Грузии стать агрессором и физически уничтожать целые народы – вот почему из реального события выделяются другие ситуации, языковое выражение пропозиционального содержания которых позволяет совершенно иначе не только сформировать и подобрать факты, соотнесенные с данным событием, но и «фактически» (прошу простить за игру слов – Г.М.) дать ему оценку.

В результате подобного подбора и языковой репрезентации фактов создается основа для более циничных манипуляций массовым сознанием и откровенной лжи, которая превращается в безусловные факты, формирующие не только «сиюминутную» картину мира, но и историю.

ЛИТЕРАТУРА

Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999.

Звегинцев В.А. Мысли о лингвистике. – М.: Изд-во МГУ, 1996.

Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001.

Красильникова Н.А. Российско-грузинская война в дискурсе общественности на интернет-сайтах Великобритании // Политическая лингвистика / Гл. ред. А. П. Чудинов; ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т» – Екатеринбург, 2008. Вып. (3)26.

Матурана У. Биология познания // Язык и интеллект. – М.: Издательская группа «Прогресс», 1996. С. 95 – 142.

Почепцов Г.Г. Информационно-психологическая война. – М.: СИНТЕГ, 2000.

© Манаенко Г.Н., 2009

Марьянчик В.А.

Архангельск, Россия

О ЧЕМ ГОВОРIT «ЗОЛОТАЯ СЕРЕДИНА» МЕДИА-ПОЛИТИЧЕСКОГО ТЕКСТА?

Манипулятивная природа политического дискурса является аксиомой политической лингвистики. При анализе воздействующего потенциала медиа-политического текста следует помнить, что текст – это система, объединяющая субъектное/субъективное и объективное. К субъективному началу относятся те элементы системы и те взаимодействия между ними, которые определяются волей автора, являются результатом его осмысленной творческой деятельности по созданию эффективного текста. Структура и прагматика заголовка, речевая игра (в том числе интертекстуальная), аллюзивность и прецедентность, метафоричность, языковые средства прямой рациональной и эмоциональной оценки, аргументативная структура, концептуальные оппозиции, образ автора и адресата – эти средства воздействия мы относим к субъективным. Они изучаются в лингвистическом, риторическом и других аспектах. Менее исследована объективная сторона медиа-политического текста.

Взгляд на текст как на самоорганизующийся механизм принят в синергетической парадигме (см. работы К.И. Белоусова, А.Ю. Корбут, Г.Г. Москальчук и др.). Согласно теории «золотого сечения» вне зависимости от воли и сознания автора в теле текста образуются сильные зоны (зачина, начала, гармонического центра, конца) и слабые зоны – «швы» между сильными позициями. В гармоническом центре сосредоточена концептуальная информация произведения, в этой точке происходит перелом, кульминация повествования. Воздействующий потенциал гармонического центра обусловлен психофизиологическими особенностями человеческого восприятия. Задача нашего исследования состояла в выявлении типов информации с точки зрения ее содержания и формы, находящейся в «золотом сече-

нии» медиа-политического текста. Для эксперимента были выбраны тексты различных жанровых групп – информационные, аналитические, оценочные. В каждом тексте подсчитывалось количество слов, вычислялись зоны зачина (14,6%), начала (38,2%, включая зачин), тела текста до гармонического центра (61,8%, включая начало), тела текста после гармонического центра (23,6%), конца текста (14,6%). Основной причиной статистических погрешностей является сложность установления информационной значимости служебных слов: их полное исключение из подсчетов (равно как и учет) ведет к смещению гармонического центра. Учитывая неизбежность таких погрешностей, мы выделяли в качестве гармонического центра (кульминации, содержащей наиболее важную информацию) не одно слово, находящееся в точке золотого сечения, а предложение, фразу. Такой подход, на наш взгляд, отражает особенности восприятия информации: мы передаем и воспринимаем содержание не в словах, а в высказываниях. Итоги исследования показали следующее: объективная кульминация оформляется высказываниями (а) с эксплицитными оценочными номинациями и атрибуциями, (б) с имплицитной концептуальной оценкой социальной действительности. Оценка «прочитывается» в гармоническом центре всех текстов, в т.ч. информационных, что подтверждает имманентный характер оценочности в медиа-политическом дискурсе. В качестве иллюстрации приведем небольшой по объему оценочно-регулятивный текст «Медведев и спорт» (Российская газета. 14.01.2009) с обозначенными границами зон: *В новом видеоблоге президента, записанном на сочинской Красной Поляне, на мой взгляд, || прозвучал еще и упрек всем тем, кто вместо настоящего развития спорта демонстрирует любовь к околоспортивным тусовкам. Неплохо было бы || на этот блог взглянуть некоторым спортивным функционерам и чиновникам, которые на Новый год опять **бурно развлекались не в России, || а во французском Куршевеле.** Может быть, пора прекратить раздражать общественное мнение поездками в Альпы, а заняться инфраструктурой Кавказа? Или || некоторые чиновники ответственность за сочинские объекты планируют свалить на Медведева и Путина?*

Высказывание, находящееся в зоне золотого сечения, является кульминацией как в нарративно-содержательном плане, так и в аксиологическом. Структура лексического значения глагола *развлекаться* включает оценочную сему, однако оценка

имеет амбивалентный характер. Оценочный вектор определяется наречием *бурно*: интенсификация действия создает отрицательно оценочный образ и актуализирует ассоциацию «пир во время чумы». Заданная ассоциация поддерживается прецедентным топонимом: *Куршевель* – воплощение роскоши и сверхтрат. Точкой наивысшего концептуального напряжения (собственно гармоническим центром) является противопоставление *не в России, а во французском Куршевеле*, при исключении которого из текста (ср.: *развлекались в Куршевеле*) исчезает подчеркнутая оппозиция свои-чужие, следовательно, становится слабее идеологическая оценка по основанию «патриотизм». Таким образом, в гармоническом тексте данного текста сосредоточена идеологическая оценка.

Анализ других текстов дает сходные результаты. Так, статья «Год в Белом доме» (Российская газета. 14.05.2009) транслирует положительную оценку политического субъекта; в ее гармоническом центре находится оценочное высказывание *люди реагировали доброжелательно, с улыбкой*. В статье «Рукою Путина и кистью зимы-2009» (Советская Россия. 24.01.2009) этот же политический субъект оценивается отрицательно; в гармоническом центре – предложение *Ни в один замерзающий город или поселок, коих за восемь лет его президентства было немало, будущий художник так и не съездил*. Следовательно, объективную структуру текста следует учитывать в процессе аксиологического анализа.

© Марьянчик В.А., 2009

Михайленко В.В.

Черновцы, Украина

О ДИНАМИЧЕСКОЙ МОДАЛЬНОСТИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Современные исследования в области лингвистики характеризуются заметной экспансией междисциплинарности, которая стала источником новых направлений и методик: она «устойчиво сохраняется как признанный предмет дискуссий» (А.В. Бондарко, 2008). Указанный факт можно объяснить прежде всего сменой ориентиров в современной лингвистике, в центре активного внимания которой оказался человеческий фактор, потребовавший в свою очередь пересмотра и корректировки традиционных взглядов на функциональный статус различных язы-

ковых явлений, в том числе и модальности. Учет человеческого фактора, играющего важную роль экстралингвистического компонента языковых преобразований, логично приводит исследователей к необходимости всестороннего обсуждения вопросов так называемой прагматической модальности, раскрывающей коммуникативную перспективу высказывания (его цель, степень достоверности, субъективно-модальную оценку и т.п.), и непосредственно связанной с ней модальности текста, а также рассмотрения модальности как когнитивной категории, причем не только на синхронном, но и на диахроническом уровне.

Особую сложность при исследовании категории модальности представляет ее семантическое наполнение и границы объема выражаемых значений – «модальность как функционально-семантическая категория образует особое смысловое пространство, организованное, по крайней мере, тремя параметрами-оппозициями «дескриптивность/ креативность», «реальность/ирреальность/виртуальность» и «возможность/необходимость» (А.В. Зеленщиков, 1997). Чаще всего классификация модальных значений в лингвистике основывается на принципе от семантического содержания и прагматической функции к различным средствам выражения.

В исследованиях прагматического аспекта модальности разграничение объективного и субъективного приобретает особое значение. Объективная модальность, выражающая соответствие сказанного действительности, отражающая признаки, присущие предмету или явлению, составляет существенную часть предложения. Объем выражаемых ею значений представлен алетической и деонтической модальностью.

Настоящая работа посвящена исследованию категории субъективной модальности, её динамический вид, в современном политическом дискурсе. В политологии «политическое» принято рассматривать как некую определенную объективную данность, особую сферу общественной жизни, находящуюся на дистанции от других сфер (экономической, социальной и др.). По мнению А.П. Чудинова (2003), в содержание политического дискурса должны входить «все присутствующие в сознании говорящего и слушающего (пишущего и читающего) компоненты, способные влиять на порождение и восприятие речи».

Динамическая модальность должна далее развиваться, чтобы интерпретировать многие явления, не укладывающиеся в предыдущую лингвистическую парадигму, в рамках которой не-

возможно объяснить, например, модусы говорящего и слушающего – когда их локализаторы «растворены» в дискурсе.

Can (can find; can send; can save; can improve; can hurt; can expect, can count on; can become; can happen; can flourish; can still get; can lead; can do; can initiate, etc.), e.g.:

1. Or do you seek to give them more legal and political standing and hope that they **can** win a place in the economic sphere? The New York Times, 25.08.08

2. “Once you build a reasonable edifice, you **can** expand on it.” The New York Times, 25.08.08.

Can+ not

3. Democracy means nothing if half the people **can't** vote, or if their vote doesn't count, or if their literacy rate is so low that the exercise of their vote is in question. The New York Times, 25.08.08.

Could

4. You **could** peer into this data and see troubling things, too. The Washington Post, 27.08.08.

Couldn't

5. Why are you running for president and why **couldn't** you give television newsman Roger Mudd the reason when he interviewed you, and what about inflation? The Washington Post, 27.08.08.

Be able to

6. If only the more local govts **were able** to raise the money for such and such project, ... The Washington Post, 27.08.08.

Must (+ build, wait, protect, contend, etc.)

7. For starters, it **must** protect children from excessive force, and provide mental health care and rehabilitative treatment. The New York Times, 25.08.08.

Have to (+recognize, be, give, etc.), e.g.:

8. You **have to** be a Costco member to get that card. The New York Times, 25.08.08.

Need (+ to be, to clean, to get, etc.), e.g.:

9. “We have made great strides,” said Ms. Carrión, “but much more still **needs** to be done.” The New York Times, 25.08.08.

Вышеприведённые примеры наглядно демонстрируют свой не самостоятельный характер и способность употребляться в структуре глагольной фразы, кроме глагола *need*.

В вербализированной картине мира нет места жестким парадигмам, а, наоборот, здесь присутствуют центры и периферии, которые могут меняться местами в зависимости авторской интенции и регистра дискурса.

© Михайленко В.В., 2009

Мишланова С.Л.

Полякова С.В.

Пушкина, Екатеринбург

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ: АНАЛИЗ АМЕРИКАНСКИХ И РУССКИХ БЛОГОВ

Как известно, успешная коммуникация определяет решение любых политических вопросов. Особую актуальность коммуникативные вопросы приобретают в социальной политике, в том числе и в здравоохранении. В современном мире коммуникация представлена многообразием форм. Особый научный интерес представляют новые и малоизученные виды электронной коммуникации (блоги). Поэтому цель нашего исследования состоит в изучении блоггового дискурса как вида коммуникации в социальной политике (здравоохранении).

В соответствии с государственной программой «Концепций развития здравоохранения России до 2020 года» создана новая модель национальной системы здравоохранения, в которой особую значимость приобретает реализация концепции персональной ответственности за свое здоровье. В США эта концепция существует с 80-х годов, поэтому для нас актуально исследование блога как коммуникации в сфере здоровья именно в американском обществе и сравнение его с аналогичным русским блогом.

Создание качественных рубрик и блогов Здоровье (Health) и Велнес (Wellness) и на сайтах ведущих СМИ Америки за последние 3 лет стало ключевым Интернет ресурсом воздействия на общественное мнение в этой сфере. Как известно, блог является уникальным по информативности инструментом общения с широким кругом людей с возможностью получить коллективную обратную связь. Каждая запись в блоге может быть прокоменти-

рованна читателями и перейти в обширную дискуссии. Текст, написанный ведущим рубрики, в блогговой коммуникации является своеобразным «триггером». Данный текст-триггер выполняет двойную функцию – он сообщает новые сведения, ставит проблему и по аналогии с пусковым механизмом, вызывает (запускает) ответную реакцию адресата. Автор текста выносит на обсуждение информацию, содержащую в себе потенциал полемики, провоцирующую читателей на высказывание мнений (a provocative message, a debatable point) на высказывание мнения собеседников и участие в коммуникативном действии, дискурса в широком плане.

В исследовании рассматривались блоги совместного сайта журнала Time и телеканала CNN, сайт издательств «the New York Times», «The Washington Post»), существующие с 2006 года, а также сайты «Аргументы и факты» и «Newsland». Были отобраны наиболее обсуждаемые темы за последние 3 года. Всего было проанализировано около 5300 контекстов сообщений. В частности, была исследована рубрика Paging Dr. Gupta на вебсайте CNN.com. Первые статьи доктора Саньо Гупты и комментарии ним были посвящены насущным проблемам здоровья американского общества – раковым заболеваниям, ожирению, ВИЧ, заболеваниям сердца, правильному питанию и их социальным последствиям. Сегодня хирург – невролог С. Гупта является одним из главных политиков в области здравоохранения в правительстве Б. Обамы, занимая пост General Surgeon. Его сайт, также как и другой известный в Америке сайт Well, аналитика Тары Паркер-Поуп, служит для популяризации современного медицинского знания и привлечения большего количества читателей к обсуждению различных аспектов болезней и здоровья, их социальных последствий и здорового образа жизни.

В России, на сайте газеты «Аргументы и факты» блог «Здоровье» появился в 2007. Анализ комментариев показал низкую заинтересованность в рубрике в самом начале ее существования. Наиболее популярными оказались темы, посвященные проблемам веса, стресса и диет. В целом, блоги по здоровью «Newsland» отличаются от «Аргументы и факты» по качеству предоставляемых и комментируемых материалов и по количеству сообщений читателей.

Таким образом, сопоставительный анализ блога открывает новые возможности и перспективы для межкультурного ис-

следования социально-политического дискурса российских и американских электронных СМИ.

Интернет-документы:

Татьяна Голикова о концепции развития здравоохранения до 2020. URL: <http://rsmu.ru/index.php?id=2112> (дата обращения 18.08.2009).

<http://well.blogs.nytimes.com/>

<http://health.cnn.com/>

<http://wellness.blogs.time.com/>

<http://www.aif.ru/health>

<http://www.newsland.ru/health>

© Мишланова С.Л., Полякова С.В., 2009

Нахимова Е.А.

Екатеринбург, Россия

ПРЕЦЕДЕНТНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА

Одно из перспективных направлений в исследовании прецедентных имен в современной российской политической коммуникации – это изучение ведущих сфер-источников прецедентности, что важно для определения того круга фоновых знаний, который необходим читателю для правильного и полного понимания соответствующих текстов. Изучение сфер-источников прецедентных имен может предоставить также интересный материал для оценки эрудиции, жизненного опыта, политических предпочтений, прагматических установок и речевого мастерства автора.

Наибольшее место в фонде прецедентных имен, используемых в современной политической коммуникации для осмысления личности и предназначения В.В.Путина, занимает сфера политики. Особенно частотны в функции источника имена широко известных глав государств, а также других знаменитых политиков.

Даже обратившись к самому перечню прецедентных имен, нетрудно обнаружить идеологическую позицию автора, степень его воспитанности и политической корректности, а также его представления о том, по какому пути движется страна под руководством В.В.Путина, о том, кто должен стать образцом для президента и что представляет для него несомненную опасность. Действующего Президента России сравнивают с основоположником династии Романовых Михаилом Первым и Алексан-

дром Вторым-Освободителем, однако даже враги В.В.Путина не предрекают ему судьбу Николая Второго, Павла Первого или Петра Третьего.

Можно выделить несколько критериев эффективности использования прецедентных феноменов в политической коммуникации.

1) Политическая уместность прецедентного феномена. Используемые автором прецедентные имена должны в полной мере соответствовать дискурсивным характеристикам текста и особенно представлениям адресата.

2) Социальная осознанность соответствующего прецедентного имени в качестве носителя определенных качеств.

3) Доступность используемого прецедентного феномена для читателей, на которых ориентируется соответствующее издание, способность читателей уловить смысл соответствующего образа.

4) Достаточная корректность и недвусмысленность использования прецедентного феномена. Не замеченная вовремя политиком возможность двоякого понимания фразы отвлекает внимание от авторского замысла.

© Нахимова Е.А., 2009

Нечаева Е.А.

Иваново, Россия

PR-ДИСКУРС

КАК ЧАСТЬ СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

PR – это, прежде всего, политический феномен. В сфере современной политики широко используются PR-технологии. PR в политической сфере способствует оптимизации регулирования властных отношений в обществе. Сейчас главную роль в продвижении политических деятелей и идей играют политическая реклама и политический PR.

PR-дискурс – это явление, с которым любой человек сталкивался в своей жизни, им интересуются как профессионалы в сфере PR, так и обычные граждане. В отечественной лингвистике анализ PR-дискурса стал возможен только в постперестроечное время, поскольку сам PR как коммуно-политический феномен появился в России только после установление демократии.

Определение границ PR-дискурса зависит во многом от того, что понимается под PR и PR-коммуникацией. В узком понимании PR-дискурс ограничен только институциональными

формами общения и «образует совокупность всех речевых актов, используемых в политических коммуникациях». PR-деятельность невозможна без участия языка, что определяет их взаимосвязь. С помощью языка PR-представители и все, кто так или иначе, соприкасается с этой сферой, общаются, информируют, указывают, убеждают, иногда даже манипулируют. Необходимо признать, что в настоящее время PR- дискурс признается основным способом осуществления PR- действий. В политологии наблюдается тенденция рассматривать язык не как средство отражения политической реальности, а как компонент политики. Поскольку PR «вышел» из политологии, осуществляется в политики и имеет с ней, несомненно, очень много общего, то можно также говорить, что PR-дискурс – это компонент политического дискурса. PR-дискурс, мы понимаем, как любую передачу сообщений, предназначенную информировать как общественность, так и членов политической организации о чем-либо, устанавливать преимущественно двусторонние коммуникации в обществе для организации и поддержания социальной гармонии, иногда оказывать влияние, например на избирателей во время предвыборной агитации. Таким образом, в пространство PR-дискурса включаются не только формы общения, связанные непосредственно с протеканием PR-отношений, но и любые виды коммуникации, так или иначе связанные с этой областью.

Мы в рамках нашей работы предлагаем два подхода к разграничению PR- дискурса на дескриптивный и критический. Дескриптивные исследования основаны на классической методике риторического анализа публичных выступлений, представленных в трудах Аристотеля, Цицерона, Квинтилиана. В современной лингвистике один из аспектов дескриптивного подхода связан с изучением языкового поведения спук-персон или профессиональных PR-коммуникаторов: языковых средств, риторических приемов и манипулятивных стратегий, используемых ими в целях убеждения. Другое направление анализа PR-дискурса связано с изучением содержательной стороны PR-текстов и предвыборных листовок и позволяет выявить когнитивные диспозиции отдельных PR-специалистов – ценностные доминанты, выбор стратегии поведения, характер причинно-следственных связей в соответствующих фрагментах картины мира.

Критический подход к лингвистическим исследованиям PR-дискурса нацелен на изучение социального неравенства,

выраженного в языке или дискурсе, язык уже рассматривается как средство власти и социального контроля.

Одной из относительно новых парадигм изучения любого дискурса является когнитивный подход, позволяющий перейти от описания единиц и структур дискурса к моделированию структур сознания участников PR-коммуникации. В рамках когнитивного анализа языка также исследуется взаимосвязь языка и идеологии. PR-общение иногда может носить идеологизированный характер, поскольку коммуниканты могут выступать в нем не только как личности, но и представлять самих себя, а как представителей институтов и политических консультантов.

Иногда в различных печатных изданиях можно увидеть не только термин «PR-дискурс», но и близкие термины – «язык PR» и «PR-язык». Если критически проанализировать данные СМИ, учебных пособий и монографий, можно заметить, что они используются как взаимозаменяемые понятия, однако, мы хотим отметить их различие. Чаще всего, под PR-языком подразумевают особую знаковую систему, предназначенную именно для PR-коммуникации: принятия и обоснования социальных решений, обеспечивающих гармонию для общества в целом и выгоды для определенного политического деятеля; или влияния заинтересованных лиц на принятия решений властными структурами, или создания версии для СМИ в условиях кризисной ситуации. Особенностью языка PR является его доступность для понимания практически всеми членами языкового сообщества. Специфика данного языка заключается в использовании средств общенационального языка в соответствии с выполняемыми PR-дискурсом функциями.

PR-дискурс, в отличие от языка PR образуется «совокупностью всех речевых актов, используемых в политических дискурсах».

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что PR-язык – это язык, используемый для убеждения коммуникантов, с целью изменить их взгляды, представления, образ действия, иногда с использованием манипулятивных средств языка и современных технологий, например нейролингвистического программирования. Это язык, применяемый в манипулятивных целях и выходящий за рамки PR-коммуникации.

© Нечаева Е.А., 2009

Никонова Ю.И.

ОЦЕНОЧНАЯ МЕТАФОРА В ФЕЛЬЕТОНАХ НА ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕМЫ

Имплицитные оценки в публицистике часто выступают в виде оценочных метафор, которые призваны организовать общественное мнение, создать у адресата нужный адресанту яркий, зримый образ, также суггестивно влияющий на восприятие информации под заданным углом зрения. «Метафоры способны убивать», – утверждает Дж. Лакофф [Лакофф 2006], и с этим трудно не согласится. Проникая в сознание, метафора отбирает, выделяет и организует одни характеристики субъекта и устраняет другие. Она эффективна в похвале и оскорблении, при характеристике лица она может стать приговором. Фельетонисты используют такие особенности метафоры, как лаконичность, истинность, системность, единичность. Метафора лаконична, так как избегает модификаторов, объяснений и обоснований. При помощи метафоры автор показывает адресату кратчайший путь к сущности объекта, что чрезвычайно важно для такого малоформатного жанра, как газетный фельетон. Другая особенность метафоры, которая эффективно используется в сатирических текстах – это ее истинность. «Метафора умеет извлекать правду из лжи, превращать заведомо ложное высказывание если не в истинное (его трудно верифицировать), то в верное» [Арутюнова 1990]. Таким образом оценка автора, представленная в форме метафоры, смягчает категоричность и скрывает ее субъективность. Метафорическая системность позволяет адресату сосредоточиться на одном аспекте понятия и «затемнить» другие его аспекты, несовместимые с этой метафорой. С другой стороны, освещаемая часть целого подчиняется «закону нивелирования и растворения специфических отличий», согласно которому «тот, кто управляет какой-либо частью целого, получает в магическом смысле власть над целым» [Кассирер 1990]. Таким образом, освещая одни и затемняя другие аспекты понятия, автор прибегает к скрытому обобщению. Сформированное метафорическое обобщение не нуждается в дополнениях, ибо метафора «стремится соблюдать принцип единичности» [Арутюнова 1990]. Показывая необходимые автору характеристики объекта, метафора не терпит плюрализма.

Развернутая метафора, которая функционирует в качестве ассоциативной темы – довольно распространенный стратегический прием в тексте фельетона. В дискредитирующих фель-

етонах метафора содержит скрытую отрицательную оценку. Система импликаций, заложенная автором, актуализирует ассоциации, вступающие в противоречие с положительной самопрезентацией объекта. В фельетоне «Друг, хороший друг» (Uwe Kalbe. Ein Freund, ein guter Freund. Neues Deutschland, 15.05.04) автор сравнивает политиков Бундестага с животными в зоопарке. Формальным основанием послужило название берлинского квартала, где находится здание парламента Tiergarten (зоопарк). Выбранная метафорическая тема «зоопарк / зверинец» предоставляет автору большой выбор деталей для дальнейшего развертывания, но он выбирает для создания образов политиков, метафорических «вместилищ» [Арутюнова 1990] их особых примет, животных, номинации которых содержат в немецкой языковой культуре негативную оценочную окраску. Для характеристики политиков партии PDS автор выбирает образ осла, поведение канцлера Г. Шредера автор сравнивает с повадками барана, отношения лидеров Германии и Франции представлены в фельетоне образом свиньи, на спине которой притаилась кошка. Так автор имплицитно резко негативные оценки, которые носят дискредитирующий характер. Однако мотивацией метафоры не всегда выступает отрицательная оценка в буквальном смысле, т.е. перенос отрицательно оценочной семантики по аналогии с одного объекта на другой. Метафора может сдвигать представления о разных объектах, ее семантическая емкость позволяет иносказательно обратить внимание читателя на скрытые характеристики героев или мотивы их поступков. Очень удачным примером использования такой метафоры может послужить фельетон Uwe Kalbe «Die Farbe des Mohnkuchens» (Neues Deutschland, 09.10.04), который посвящен процессу формирования партийных коалиций в правительстве после выборов. Общими кластерами для основной и метафорической тем являются названия цветов, которыми обозначаются партии в политической традиции Германии. Ядром метафорической темы «Осень» является осенний лес, а точнее цвет листвы. Автор провел аналогию между потерей листьями зеленого цвета и плохими результатами партии «Зеленых» на выборах. Фельетонист образно представил распределение голосов на севере и востоке Германии между партиями SPD, die Linke (красный), FDP (желтый). Цвет охры Ocker (gelbbraun – желто-коричневый) представляет собой комбинацию желтого (FDP) и коричневого (SPD). Другие комбинации цветов показывают то, в какие коалиции хотели бы вступить

партии при формировании парламентского большинства. Удачная метафора, выбранная автором для раскрытия основной темы, позволила точно выразить мнение автора, сыграла важнейшую роль для воздействия на читателя, так как знания, приобретенные путем разгадки метафоры, более ценны для адресата. Итак, ключевые метафоры прилагают образ одного фрагмента действительности к другому ее фрагменту, обеспечивая его концептуализацию по аналогии с уже сложившейся системой понятий.

ЛИТЕРАТУРА

Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры: сб. – М.: Прогресс, 1990. – С. 5-32.

Кассирер Э. Сила метафоры // Теория метафоры: сб. – М.: Прогресс, 1990. – С. 33-44.

Лакофф Дж. Метафора и война: система метафор для оправдания войны в заливе // Современная политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2006. – № 3 (20) – С.59-71.

© Никонова Ю.И., 2009

Осипова М.В.

Костанай, Казахстан

ФРЕЙМЫ НИЗКОЙ СТЕПЕНИ ИМПЛИЦИТНОСТИ В ДИСКУРСЕ КОСТАНАЙСКИХ ПОЛИТИКОВ

Настоящее исследование посвящено изучению фреймов низкой степени имплицитности в дискурсе костанайских политиков.

Политический дискурс часто имеет имплицитное содержание, за счет которого достигается нужный в политической деятельности эффект. Имплицитность как лингвистическое явление принадлежит коммуникативному уровню и обнаруживает себя в скрытом выражении семантики коммуникативных единиц, тесно взаимодействующих с эксплицитно выраженным содержанием [Нефедова 2001: 19].

Когнитивный компонент содержания текста отражает фрагмент действительности в его преломлении в сознании субъектов, соотношенный с конкретной социокультурной средой и замыслом автора. Он представляет собой конфигурации концептов (образы, представления, понятия) или их объединений (картины, схемы, фреймы), состоящих из объектов познания в разных познавательных связях-ролях [Жинкин 1982: 134].

Фрейм – это обобщенная модель организации культурного знания вокруг некоторого концепта [Маслова 2004: 39].

Фреймовый подход изучения текста позволяет учитывать разные типы проявления имплицитности: низкую, среднюю и высокую.

Дискурс костанайских политиков содержит преимущественно фреймы низкой степени имплицитности для более простого декодирования содержания, так как для фрейма низкой степени имплицитности характерна четко структурированная система знаний, когда объем информации в виде концептов и категорий довольно легко восстанавливается благодаря маркерам, указывающим на какой-либо субъект или предмет, также отсутствующий в данный момент.

Фрейм низкой степени имплицитности выполняет роль такого фактора, который исключает ситуацию непонимания в том случае, когда план выражения неполон, а план содержания воспринимается адекватно. Очень часто текст построен так, что он сам подсказывает расшифровку неявно выраженного смысла и как бы происходит смыкание низкой степени имплицитности с эксплицитно выраженной информацией [Нефедова 2001: 69-70].

За основу построения фрейма низкой степени имплицитности мы взяли дискурс костанайских политиков (материалы периодической печати и/или их дублирование в телеэфире).

Аким Костанайской области Сергей Кулагин использует в своих обращениях к гражданам метафоры, отражающие его позицию по перестройке города на европейский лад. Например, в эфире местных новостей, комментируя ситуацию вокруг сноса здания кинотеатра «Костанай» (имевшего самый большой киноэкран в Казахстане) и строительства на его месте развлекательного комплекса, привел следующую метафору: «Тоже самое вы у себя дома делаете. Если у вас сарай, который построен двадцать или сто лет назад, и вы хотите дом строить, вы распорядитесь так, как необходимо» [Нагорный: http://www.megapolis.kz/show_article.php?art_id=6579]. Данную метафору во фрейме низкой степени имплицитности можно интерпретировать следующим образом: здание кинотеатра не современное, не рентабельное, приносит множество проблем властям и хозяевам; наиболее приемлемый вариант – снести его; все так делают в своих дворах, это вполне закономерный процесс, происходящий часто в нашей жизни; тем более мы (власти города) и так всегда

все сносим/вырубаем, когда стремимся к «европейским» стандартам.

Данная фраза акима была воспринята горожанами в штыки, так как кинотеатр являлся неким брендом города, его здание представляло архитектурный интерес как символ эпохи социализма, он был самым крупным кинотеатром города и одной из немногих возможностей прикоснуться к миру искусства кино. Вот данные нашего опроса населения по поводу метафоры акима области «Считаете ли Вы, что здание кинотеатра «Костанай» было похоже на сарай посреди города?» (было опрошено 100 костанайцев в возрасте от 16 до 80 лет): «Да» – 18 человек, «Нет» – 58, «Не знаю» – 10, «Не слышал ничего об этом» – 12, «Не слышал ничего о сносе кинотеатра» – 2 человека.

Подобное высказывание чиновника подогрело негодование горожан. Последствием произнесения данного сравнения одного из любимых мест отдыха костанайцев с сараем стало организация нескольких флеш-мобов. Молодые люди, пенсионеры, дети, простые прохожие вешали на здание кинотеатра траурные ленточки как символ своей скорби об утрате любимого здания. Но власти не вняли ни выступлениям общественности, ни флеш-мобам, ни официальным письмам протеста и дали разрешение на снос кинотеатра.

Таким образом, фреймы низкой степени имплицитности являются распространенным средством передачи определенной информации в дискурсе костанайских политиков и могут быть рассмотрены для решения проблем поиска неявного смысла.

ЛИТЕРАТУРА

Жинкин Н.И. Речь как проводник информации. – М.: Политиздат, 1982. – 250 с.

Маслова В.Я. Когнитивная лингвистика: учебное пособие. – Минск: ТетраСистемс, 2004. – 256 с.

Нагорный В. Страсти по «Костанаяу» // Мегаполис: казахстанская общенациональная газета, № 34 (349). 03.09.2007. URL: http://www.megapolis.kz/show_article.php?art_id=6579 (дата обращения: 14.07.2009).

Нефедова Л.А. Когнитивно-деятельностный аспект имплицитивной коммуникации: учебное пособие. – Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2001. – 151 с.

© Осипова М.В., 2009

Пермякова Т.М.

ДИСКУРС-АНАЛИЗ МЕЖКУЛЬТУРНОГО КОНФЛИКТА

Подход к межкультурной коммуникации (МК) с точки зрения обоснования дискурса как деятельности подчиняется общим закономерностям деятельности. И если в самых различных теориях деятельности такая категория дискурса, как личность, нашла свое отражение, то макроуровень исследований межкультурной коммуникации, предполагающий анализ коммуникативных систем на уровне институционального образования, признается важным, но мало представленным. В частности, общепризнанными, но недостаточно изученными считаются практики межкультурной политической коммуникации. При этом очевидно, что межкультурная коммуникация, не имеющая специфических институциональных условий, выделяется на основании конструирования проблемы взаимодействия различного.

В докладе приводятся результаты дискурсивного анализа текста о межкультурном (дипломатическом, межгосударственном) конфликте. Материалом анализа послужили тексты СМИ о закрытии офисов Британского Совета в России, опубликованные в 2008 г. в российских журналах и газетах. Вслед за Т. ван Дэйком мы придерживаемся следующих направлений дискурсивного анализа материалов массовой коммуникации: макро-анализа, то есть исследования компонентов структуры текста, и микро-анализа, заключающегося в изучении семантики взаимосвязей в тексте, образований значений в тексте. Коммуникативно-целевая структура текста (макро-анализ) рассматривается в аргументативном ключе, поскольку опосредованно журналистское задание предполагает создание убеждения у читателя в отношении представляемых событий. В качестве составляющих текста аргументации рассматриваются логические схемы развертывания аргументации, при трехчастном делении текста на тезис, многочленный аргумент, следствие. В основу членения текста положен семантический принцип. Вывод, следующий из функционально-аргументативного анализа макро-структуры дискурса, состоит в том, что для политики и официальной сферы не так важен выбор аргумента – фактологического или ценностного, поскольку обе стороны знакомы с позицией друг друга и в определенной степени ценностную позицию разделяют, сколько важнее учитывать, какой вид связи используется между тезисом и аргументом. Выявлено, что официальные лица преимущественно используют индуктивную связь, а журналисты с ценност-

ным суждением – дедуктивную связь, что способствует эмоциональному восприятию аргумента, но не способствует разрешению конфликта.

В анализе микроструктуры текста рассматривается реализация понятия «субъект действия» через лексические единицы (в функции подлежащего). Для удобства анализа база данных представлена в трех срезах: а) лексемы, обозначающие российских субъектов в конфликте, б) лексемы, обозначающие британских субъектов конфликта, в) лексемы, обозначающие собственно конфликт. Данный способ представления данных позволяет заключить, что наибольшее количество единиц вербальной репрезентации субъекта конфликта соотносимо с характеристикой самого конфликтного состояния, а именно: *преследования, разрыв, конфликт, скандал, ухудшение отношений*. В этой же группе лексем можно выделить ряд лексем с семантикой «истоки конфликта – юридические»: *мотивы преследования, несоответствие законам, новый закон*. Этот пласт лексики тесно ассоциируется с пластом «экономической» семантики: *коммерция, курсы английского, работа филиалов*. Выделяется в данной группе и круг лексики «военной» метафоры: *осада, тяжелая артиллерия*. Лексика, передающая непосредственную деятельность дипломатической службы, следующая: *переговоры об ослаблении визового режима, визовая процедура для российских топчиновников*.

В группе лексических единиц, репрезентирующих субъекта деятельности с российской стороны, подчеркивается институциональный, государственный статус субъекта, например, *МИД, российские власти, граждане*. В этом же ряду могут отдельно быть выделены лексемы, обозначающие профессиональный статус субъекта; часто в тексте он соотносится с силовыми ведомствами (*налоговая полиция, милиционеры, ФСБ*). Субъект деятельности с британской стороны представлен национальным статусом (*англичане*), должностными наименованиями (*министр, представитель*). Показательно, что с британской стороны в конфликтную ситуацию вовлечена законодательная власть (*парламентарии*), а с российской стороны – только исполнительная.

Таким образом, выводы дискурс-анализа межкультурного политического конфликта следующие: истоками конфликта являются изменение российских законов, различие в юридических подходах к организации работы структур в разных странах, вовлеченность силовых структур с российской стороны, недостаточность собственно дипломатической деятельности (переговоров, упрощения визовых проце-

дур). Тот же анализ демонстрирует значительную степень тождества института государственной службы, дипломатии (*МИД, парламент*), что потенциально должно способствовать разрешению конфликта. Эскалация конфликта поддерживается преимущественно журналистами за счет негативно-оценочной лексики.

Дискурсивный анализ текста о межкультурном конфликте приводит к глубинному представлению читателем природы конфликта за счет восстановления читателями «утраченных связей» между понятиями, утверждениями и аргументами.

© Пермякова Т.М., 2009

Пименов Е.А.

Кемерово, Россия

АНТРОПОМОРФИЗМ ВЛАСТИ

(особенности концептуального анализа)

Традиционным источником создания метафор служат антропоморфные и витальные сферы. Витальная сфера моделирует власть как живое существо, наделенное телом (*Траты высших органов власти по решению президента будут резко сокращены... АиФ №14 2009*), зрением, как организм, который переживает смерть естественным или насильственным способом. Власть предстает в образах жертвы автодорожной аварии (*Помощник президента А. Илларионов, озвучивая свои «апфельские тезисы», «наехал» на действующую власть гораздо серьезнее. АиФ. №15. 2005*), организма, подверженному разложению (*Он заметил, что из-за благоприятной нефтяной конъюнктуры российская власть и общество подвергаются «мощному экономическому разложению».* АиФ. №15. 2005).

Антропоморфизм власти проявляется в том, что она обладает признаками волеизъявления, эмоциональными и ментальными признаками, а также признаками занятий. Такие признаки проявляются в основном через субъектную позицию лексемы *власть* и ее синонимов. Власть, как человек, наблюдает за тем, что ее окружает (*Сегодня они, как, например, тот же Р. Абрамович, демонстрируют власти лояльность.* АиФ. №15. 2005), обращает на окружение свои взоры с надеждой (*Прошло всего ничего времени, как федеральная власть снова обратила взоры, полные надежды на предпринимателей.* Труд. 11.02.05). Власти свойственны, как человеку, признаки желаний

и обязанностей (Тем не менее в массовом сознании превалирует мнение о том, что **власти хотели обмануть граждан, сэкономить** за их счет немалые деньги. Труд. 11.02.05; А местная **власть** обязана помочь гражданам. Труд. 11.02.05), занятий (Все последние годы федеральная **власть** только и **занималась** централизацией финансовых ресурсов. Труд. 11.02.05; Что делают **власти** в нынешней ситуации? Труд. 11.02.05; Мы должны быть **благодарны власти** не за то, что она **делает**, а за то, что она нам не мешает. Труд 9.07.2009), ментальные признаки, например, внимание (Он уже обратил на себя **внимание Кремля**, когда выдвинул свою кандидатуру в пику московскому мэру Ю. Лужкову. АиФ. №15. 2005), мнение (Да мы просто получали только ту информацию, которую **власти считали** нужной нам давать. АиФ. №15. 2005), эмоциональные признаки, например, потрясение (**Ошарашенная власть** ищет каких-то зачинщиков и находит их в рядах оппозиции. АиФ. №3 2005), интерперсональные признаки (Слава богу, что в народной дипломатии, судя по всему, **власть** нам **мешать не будет**. Труд 9.07.2009). У власти появляются соблазны и проявляются свои интересы (Как он пояснил, у **власти** **появляется соблазн** занять перераспределением государственности **в своих интересах**. АиФ. №15. 2005). У власти отмечаются гедонистические характеристики: власть – это существо, испытывающее удобство (Страна, где **власть для** собственного **удобства** создала карманную партию, карманное телевидение и карманных политиков. АиФ. №6 2005).

Объектная позиция лексемы **власть** предполагает использование социальных признаков интерперсональных отношений. Власти, как человеку, доверяют (Впредь нашему правительству, прежде чем внедрять какую-либо реформу, придется все просчитывать до мелочей, чтоб не вводить в заблуждение ни депутатов, ни президента: мы живем в одной стране – и если мы все будем говорить одно, а делать другое, то народ не будет **верить власти** вообще. Труд. 11.02.05), рассчитывают на нее (Ведь народ доверяет, и крепко доверяет В. Путину, **рассчитывает на** действенность президентской **власти**. АиФ. №6 2005), на нее воздействуют (Какие **способы** у народа **воздействия на власть**? Труд. 11.02.05).

Власть описывается посредством образов, имеющих гендерную специфику: власть метафорически предстает как беременная женщина, организм которой отторгает плод (Это те ле-

вые, которые **не вызывают отторжения у Кремля**. АиФ. №15. 2005). В данном случае в основе метафорической модели находится функциональный женский признак. При создании метафор, в основе которых используется гендерный «неженский» признак, речь идет о профессиональных мужских признаках. Как мужчина, власть может быть переосмыслена через признаки испытателя автомобиля (*Сегодня во многих регионах местные власти методом проб и ошибок обкатывают новую систему лекарственного обеспечения льготников*. Труд. 11.02.05), арбитра в игре под названием «экономическая конкуренция» (*Власть должна стать беспристрастным арбитром в экономической конкуренции*. Труд. 11.02.05).

Основными сферами-источниками образования политических метафор выступают человек (его тело, внутренний мир, занятия и профессиональные качества). В публицистическом дискурсе, характеризующем те или иные политические реалии, используются следующие метафорические модели: 1) витальная (включающая соматические и перцептивные метафоры), 2) антропоморфная (включающая духовные, профессиональные и интерперсональные признаки, а также признаки образования).

© Пименов Е.А., 2009

Пименова М.В.

Кемерово, Россия

ПОЛИТИЧЕСКИЕ МЕТАФОРЫ: ОСОБЕННОСТИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА 2005 И 2009 гг.

В когнитивной лингвистике принят широкий подход к выделению метафор по содержательным признакам. В качестве метафоры рассматриваются и сравнения, и другие языковые феномены: метаморфоза, гипербола, перифразы, фразеологизмы и др. При таком подходе исследования важным является не отдельно взятая метафора, характеризующая фрагмент мира, а вся система метафорических моделей. Метафорическая модель появляется на основе концептуальной модели образования метафоры. На «выходе» такого когнитивного процесса возникает концептуальная метафора, под которой понимается способ видеть одно через призму другого.

Сферой-источником образования политических метафор могут быть различные области онтологического или гносеологического знания. В 2005 г. в российских СМИ появилась тенден-

ция частотного использования метафор, источником создания которых выступает область школьных занятий и взаимоотношений. Особенно это было характерно для концепта *власть*. *Власть*, как ученик, получает и извлекает уроки (**Власти извлекли, на ваш взгляд, уроки из печального опыта внедрения неподготовленных новаций?** Труд. 11.02.05). Перед властью ставят задачи (**Следовательно, задача власти – не допустить его к выборам, а значит, не выпускать из темницы еще три года.** АиФ. №15. 2005), *власть* допускает ошибки, и ей указывают на них (**Ошибки власти дорого обходятся стране.** Труд. 11.02.05; **Но оппозиция для того и существует, чтобы использовать острые ситуации и указывать власти на ее ошибки...** АиФ. №3 2005). *Власть* методом проб и ошибок получает опыт управления страной, такой опыт моделируется не по образцу, допустим, воинской инициации, а по традиционному? на взгляд носителей языка? способу получения знаний – путем обучения в школе.

В 2009 г. тенденция использования «школьных» метафор в политической сфере сохранилась (**Конечно, мы не решили всех вопросов.** АиФ. №15. 2009). Однако приоритеты в образовании таких метафор иные: метафорами «прогульщиков занятий» описываются парламентарии (**Явка же парламентариев, обычно прогуливающих пленарные заседания, на сей раз была необычайно высокой – до зала не добрались лишь 13 человек.** АиФ. №15. 2009), метафорами учеников – руководство России, ее ученые и военные (**И давать лидерам России урок демократии, как это любила делать администрация Дж. Буша, Обама не намерен.** АиФ. №29. 2009; **Или поставили перед нашими учеными и военными задачу создать баллистическую ракету.** АиФ. №15. 2009). Основной «задачей», стоящей перед ними, становится кризис (**Кризис требует нестандартных решений.** АиФ. №15. 2009).

Среди традиционных политических можно упомянуть domesticкую и милитарную метафоры (*вхождение во власть/ политику; борьба за власть/ за кресло*). Domesticкая метафора «страна/ государство – дом» (*жить в своей стране*) превращается в метафору «власть/ политика – дом» (*войти во власть/ в политику; попасть во власть/ политику*). Власть или политика в российских газетах 2005 г. – это «дом, который уже построен». Все, кто «попадает во власть или политику», входят не в свой дом. Эта метафора основывается на признаках внут-

ренного пространства здания, имеющего вход (*Когда большинство, приходящее во власть, будет возвращено в культуре, естественной для их прадедов, тогда возникнет иная генерация, иной внутренний ритм понимания страны.* АиФ. №6 2005), коридоры (*И не пора ли пройтись с метлой по коридорам зажившей власти?* АиФ. №6 2005; *Говорят, во властных коридорах уже вьется немало людей, жаждущих принять бразды правления Москвой, Татарстаном, Башкирией...* АиФ. №3 2005), фундамент, опору дома-страны (**Власть, может быть, и укрепится.** Труд. 11.02.05), остов здания (*Так что укрепление властной вертикали пойдет экономике только на пользу.* Труд. 11.02.05). «Здание» власти имеет несколько этажей или уровней (*Дело в том, что состояние экономики российского юга беспокоит власть всех уровней.* Труд. 11.02.05). Некоторые общественные объединения именуются палатами (**Общественная палата** начала действовать задолго до официального введения этого института в масштабе **России.** Труд. 11.02.05). Признаки метафоры 'страна-дом/здание' «прочитываются» в строительной метафоре (*Чиновники строят страну, удобную для них, а не для народа.* АиФ. №6 2005) и метафоре соседства (*И почему, наконец, мы не нравимся соседям?* АиФ. №6 2005).

В российских газетах 2009 г. наблюдается иная тенденция. Строительными метафорами теперь чаще описываются экономика и финансы (*Тем временем идеи насчёт новой «финансовой архитектуры» отстаивала и российская делегация.* АиФ. №15. 2009 АиФ. №15. 2009; *В России весьма мягкие, в отличие от США, законы, карающие за уклонение от налогов, и совсем смешная кара за строительство финансовых пирамид.* АиФ. №29. 2009).

Метафора «власть / политика – дом» обычно моделируется по трем направлениям: 1. власть/ политика – это здание, строение, у которого есть стены, фундамент, этажи, внутреннее обустроенное пространство; 2. власть/ политика – это возводимое здание, у которого надстраиваются этажи; 3. власть/ политика – это жилое пространство с соседями. Как видно из указанным признакам, наиболее производительной выступает первый тип – формальный (от слова форма – «внешний вид»). Другими словами, власть и политика видятся носителям языка только с точки зрения формального строения, но не ее функционирования. Метафора «экономика – дом» моделируется по формальным признакам архитектуры и пирамиды, т.е. здания чуждой культуры.

Милитарные метафоры актуальны для выражения завоевания власти (*Значит, подковерная борьба за власть только начинается.* АиФ. №3 2005), действий правительства страны в области реформирования («Гайдар довел реформы до конца, а нынешняя **власть** не решилась, протрубив **отступление по всему фронту**», – говорится в одной из публикаций. Труд. 11.02.05), а также оценки действия руководства страны другими странами в лице прессы (*К счастью, Райс и Лавров понимают, что американо-российские отношения не должны пасть жертвой **войны слов, которую** в последние месяцы **западная пресса** и часть русской **объявили** российскому государству и президенту Путину.* Известия. 10.02.05). Сценарии этой метафорической модели разнообразны: объявление войны, наступление и отступление по всему фронту, нападение, борьба, захват, отпор и натиск (*нападать на своего оппонента; бороться с политическими противниками; дать отпор агрессивным политикам; штурмовать политические бастионы*). Власть описывается с позиций: 1. войны и военных действий; 2. с позиций некой невидимой спортивной борьбы. Война проявляется в отношениях между конкурирующими странами и внутриобщест-

венной оппозиции. Метафоры спортивной борьбы свойственны для передачи действий составляющих внутривластных структур.

По продуктивности другим метафорам не уступает механистическая модель власти и политики, которая реализуется в описаниях действий власти внутри страны (*властный механизм; механизм власти*), а также деятельности политических партий и движений (*политические механизмы управления*). Государство – это большой механизм, у которого есть *рычаги управления*, используя которые можно воздействовать на регионы (*Словом, сигналы в регионы из Москвы уже пошли*. АиФ. №3 2005). Среди самых важных рычагов управления – финансы (*Вспомним: когда через банковскую систему пытались «прокачать» деньги для конкретного бизнеса и производства, оказалось, что они ... не прошли!* АиФ. №15. 2009). Метафора ‘власть – механизм’ образована на основе признака инструментального вмешательства в действия власти и возможного регулирования ее функций (*Сохраняются эффективные инструменты гражданского контроля над властью, одним из которых будет наша Общественная палата*. Труд. 11.02.05; *Сегодня очевидно: новое время нуждается в новых механизмах управления и контроля*. АиФ. №15. 2009). Власть-механизм обладает пультом управления (*У сильных региональных лидеров есть свой пульт управления чуть ли не каждым депутатом*. АиФ. №3 2005). Работа власти-механизма требует постоянного контроля (*Отныне работа региональной исполнительной власти падает под постоянный и жесткий контроль*. Труд. 11.02.05). Сбои в работе власти-механизма выражаются в образе его наладки, отладки (*отладить/ наладить работу местных советов*; ср.: *Представители «Единой России» в регионах делали все, чтобы исправить положение вместе с губернаторами...* Труд. 11.02.05). Механистическая метафора машины характеризует действия реформ в любое время в нашей стране (*Реформы не буксуют, на них просто сил не хватает*. Известия. 10.02.05; *Но рано или поздно потребуются анализ причин пробок развития*. АиФ. №15. 2009). Часто в публицистических текстах 2005 г. воссоздается стертая метафора «государство-корабль», руководство страной передается признаками капитана или рулевого, стоящего у власти-руля (*Считают, что президент захочет остаться у власти и дольше*. АиФ. №15. 2005). В 2009 г. актуальной в СМИ становится метафора «отношения между Россией и США – компьютерный механизм» (Се-

годня кто только не говорит о «перезагрузке» отношений между Россией и Америкой. АиФ. №15. 2009; Но в самом деле России значительно нужнее **перезагрузка** своей собственной политики... АиФ. №15. 2009).

Встречается уже ставшая традиционной кулинарная политическая метафора: метафоры заготовки-полуфабриката (*полуфабрикаты власти*), метафоры не готового к употреблению продукта (*сырой закон/ указ*), метафоры пирога или колобка (*новоиспеченный депутат*). Признаки недостатка профессионалов, тех или иных недоработанных политических документов объективируются в метафорах продуктов (*В России чудовищный кадровый голод на профессионалов*. Известия. 10.02.05; *С самого начала обсуждения Федерального закона о монетизации льгот мы убеждали федеральные власти: нельзя в такой спешке, без детальных финансовых расчетов ... принимать в «сыром» виде этот документ, касающийся десятков миллионов россиян*. Труд. 11.02.05). В 2005 г. непопулярные политики, не приносящие во власть ничего нового, предстают в образе консервированных продуктов (*Вот украинцы и сказали: любить Путина – пожалуйста, а московские «политические консервы» – извините, не надо. Поищем что посвежее в Европе*. АиФ. №6 2005), в 2009 г. пакет социальных антикризисных реформ именуется социальным супом (*Однако в условиях мощной инфляции социальный суп стынет скорее, чем ложка дойдет до рта*. АиФ. №15. 2009). Воздействие лестью и иными способами на политических деятелей называется **умаслением** (*Говорят, и многие нынешние губернаторы пытались **умаслить полпредов** замолвить за них словечко в Москве*. АиФ. №3 2005). Встречается метафора производства продуктов – муки – характерная для описания деятельности местных властей (*Местные депутаты зажаты между двух жерновов*. АиФ. №3 2005).

В русской культуре в определенные исторические периоды власть передавалась по наследству (*передать власть; назначить своего преемника во власть; унаследовать власть*). Менялись государственные устройства, а имущественная метафора наследства власти в 2005 г. сохранилась (*В России до сих пор **власть передавалась по наследству***. Известия. 10.02.05). Иногда эта метафора трансформируется в имущественную метафору передачи владения в другие руки (*Леонид Кравчук, автор украинской независимости и первый президент страны, проиграв выборы в 1994 году, без истерики **передал***

власть «москалю» Кучме. Известия. 10.02.05). Власть изменилась, а представление о подчиненных регионах – *вотчине* – как о собственности сохранилось (**Отдавать подведомственные во-лости в чужие руки им, конечно, больно.** АиФ. №3 2005). Глава региона воспринимается как владелец всего, чем руководит (*Однако и уходящих губернаторов сбрасывать со счетов не стоит. Каждый из них в своем регионе – барин.* АиФ. №3 2005).

Основными сферами-источниками образования политических метафор выступают война, кулинария, строительство, образование, артефакты-механизмы. Многие метафоры основаны на достаточном устойчивых символах культуры: наиболее древними считаются метафоры власти-дома и власти-наследства.

В публицистическом дискурсе, характеризующем те или иные политические реалии, используются следующие метафорические модели: 1) имущественная (включая признаки отношений собственности, наследства, дара, передачи); 2) производственная (объединяющая механистические признаки, признаки производственного процесса, кулинарные признаки пищи и продуктов). Традиционными считаются политические метафоры 'власть/ политика – война', 'власть/ государство – (многоэтажный) дом', 'субъекты и объекты власти/ политики – продукты'.

© Пименова М.В., 2009

Плотникова А.В.

Пермь, Россия

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЛОТА «ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ» В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ БИЗНЕС-НОВОСТЯХ

Активные процессы глобализации в современном мире способствуют развитию международных связей в самых различных сферах деятельности, в том числе в политике и бизнесе. Закономерно, что среди большого количества источников информации о мире бизнеса в качестве специального источника выступают печатные СМИ. В докладе предпринимается попытка объяснить вербальные способы формирования образа экономического деятеля на материале текстов СМИ, что способствует более глубокому пониманию национально-культурной ментальности и изучению процессов, оказывающих прямое влияние на общественное мнение о событиях в мире бизнеса и политики.

В основе исследования лежат категории когнитивной лингвистики: концепт и фрейм. В докладе приводятся результаты анализа фрейма «компания» на материале новостных публика-

ций журнала The Economist, а именно особенности вербальной репрезентации слота «деятельность» данного фрейма. Проведённый анализ показал наличие нескольких слотов в фрейме «компания»: «люди», «деятельность», «результат», «организация», «время».

Рассматриваемый слот «деятельность» является одним из наиболее репрезентированных, что связано с разнообразием деятельности субъекта. Так, анализ показал, что компоненты слота, репрезентированные глагольными группами преобладают над именными. Полевой анализ демонстрирует, что ядро данного слота составляют: синонимические ряды (to sell, to buy, to trade) и синонимические пары (to risk – to venture, to make – to produce, to hire – to employ). Периферийные компоненты представлены лексемами to pay, to merger, to control, to suffer, to collapse, to compete.

Анализ ядерных компонентов поля «деятельность», репрезентированных существительными показал, что ключевое значение имеет лексема money, выступающая в положительном и отрицательном контекстах. Помимо этого, способ получения прибыли объясняется контекстом, а случаи потери/убытков рассматриваются как факты, без каких-либо объяснений. В целом можно констатировать ориентацию на положительную оценочность слота «деятельность» и сферы бизнеса в жанре новостей.

Состав периферии поля слота «деятельность», по нашему мнению, служит доказательством значимости финансовых показателей в мире бизнеса, во-первых, а во-вторых, указывает на продолжительность работы компании, стремлении компании уменьшить объёмы налогообложения.

В целом анализ вербальной репрезентации слота «деятельность» показал, что прибыль (часто в денежном эквиваленте) является объектом деятельности компании. Кроме того, специфика слота «деятельность» предположительно связана с наполнением других слотов фрейма «компания», в связи с чем актуально изучение особенностей репрезентации концептов деловой коммуникации в СМИ.

© Плотникова А.В., 2009

Полякова Л.С.

Магнитогорск, Россия

**ГЕНДЕРНЫЕ СТРАТЕГИИ
В ПРЕДВЫБОРНО-АГИТАЦИОННОМ ДИСКУРСЕ**

Особый интерес представляет язык политика во время избирательной кампании, т.к. именно в этот период язык является мощным орудием для политика, посредством которого создается его речевой портрет, оказывается сознательное воздействие на слушателей. Главная цель предвыборно-агитационного дискурса – завоевание максимального количества электората, для этого язык политика обогащается разнообразными речевыми приемами и образными языковыми средствами.

Мы считаем, что для достижения поставленной цели выступления политических деятелей должны быть направлены на установление быстрого контакта с аудиторией и оказывать максимальное воздействие на слушателей. Для этого в публичные речи политиков включаются самостоятельные средства речевого воздействия, направленные непосредственно на мужскую и женскую аудитории и действующие на подсознательном уровне, эти средства определены нами как гендерные стратегии и гендерные тактики.

По нашему мнению, гендерные стратегии тесно связаны с речевыми стратегиями, дополняют и обогащают их. Основным отличием гендерных стратегий от речевых, является, во-первых, то, что они функционируют внутри речевых стратегий, во-вторых, в качестве объекта их воздействия выступают преимущественно мужчины или женщины как целевая аудитория.

Нами выделены две основные гендерные стратегии, применяемые в языке политика и реализуемые с помощью гендерных тактик: 1) использование типичных феминных/маскулинных качеств речевого поведения и 2) адресация непосредственно к мужской или женской аудитории. Первая гендерная стратегия может проявляться в политической коммуникации на уровне осознанного отбора лингвистических средств, отражающих феминные и маскулинные качества для создания нужного образа. При этом маскулинные качества направлены на формирование силы, твердости, уверенности, придание жесткости; с помощью феминных качеств подчеркиваются такие черты, как заботливость, гуманность, бережное отношение к старшим, детям и т.д. Кроме того, для данной стратегии характерны использование типичных характеристик речевого поведения: мужского (для придания динамики, логики в изложении) и женского (для увеличения эмоциональности и образности). Гендерная стратегия адресации непосредственно к мужской или женской аудитории реализуется при помощи включения специальных приемов для

быстрого установления контакта с аудиторией (напр. прием речевого «отзеркаливания»), а также благодаря использованию гендерных стереотипов и гендерных метафор.

Мы считаем, что каждая гендерная стратегия реализуется посредством гендерной тактики. Так, в первой гендерной стратегии (использование типичных феминных/маскулинных качеств речевого поведения) нами выделено две гендерные тактики: радикальная смена речевого поведения и корректирование речевого поведения, в основе которых лежат портреты типичного речевого поведения мужчин и женщин. Гендерная тактика радикальной смены речевого поведения предполагает полную смену речевого поведения, в котором акцент делается на типичные речевые модели мужского или женского пола, противоположных политику. Гендерная тактика корректирования речевого поведения основана на включении характеристик и мужского, и женского речевого поведения для придания речевому портрету политического деятеля нужных черт.

Во второй гендерной стратегии (адресация непосредственно к мужской или женской аудитории) мы выделяем гендерную тактику речевого «отзеркаливания» и гендерную тактику использования гендерных стереотипов и гендерно-окрашенных метафор. В основе этих гендерных тактик лежит выделение целевой аудитории по гендерному принципу и воздействие на сознание мужчин и женщин с помощью устоявшихся гендерных стереотипов и гендерно-окрашенных метафор, которые используются в выступлениях с учетом национальных особенностей.

Далее в докладе рассматривается функционирование гендерных стратегий на примерах из выступлений политических деятелей.

© Полякова Л.С., 2009

Попова Э.Ю.

Екатеринбург, Россия

ОБСУЖДЕНИЕ ЕГЭ: КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВЕННОСТИ

Закончился первый учебный год и первые вступительные экзамены, когда ЕГЭ стал обязательным для всех выпускников У ЕГЭ есть много горячих сторонников и противников. В течение нескольких лет не прекращалось обсуждение ЕГЭ, в которое

включилось все общество, высказывали свое мнение и государственные чиновники, и ректоры вузов, и учителя, и родители, и учащиеся. Мнения, высказанные в ходе обсуждения, зачастую прямо противоположны: от одобрения ЕГЭ до полного его неприятия.

Мы проследили за тем, как выражают свою оценку системы ЕГЭ и его результатов представители государственных структур и общественности, насколько соответствует способ выражения требованиям высокого уровня развития коммуникативной компетенции.

Начнем с официальных заявлений. В канун нового учебного года министр образования Андрей Фурсенко заявил: *«Мы процесс перевели из экспериментального в штатный режим. Как в любом штатном режиме, в нем есть определенные недоработки. Используя терминологию, которую мы слышали вчера на авиационном заводе, можно сказать испытательные полеты закончились, начинаем изготавливать серийные самолеты, это отдельный процесс, который требует большого, скрупулезного труда»* [А. Фурсенко «Точка возврата пройдена»]. А. Фурсенко в интервью радио «Эхо Москвы» подчеркнул, что *ЕГЭ останется единственной формой государственной аттестации и одновременно единственной формой поступления в вуз. Несмотря на протесты общественности: чиновников, ректоров вузов, школьников и их родителей, альтернативы у ЕГЭ нет.*

30 августа 2009 года в интервью ведущему программы «Вести недели» Е. Ревенко президент России Дмитрий Медведев рассказал о том, как должна развиваться система образования в стране. Д. Медведев поддержал систему ЕГЭ, в которой, по его словам, *«многое зависит от самого абитуриента»*.

Мнения официальных лиц о ЕГЭ даются в жанре интервью различным СМИ. Отмечая некоторые недостатки в форме итоговой аттестации, министр образования и президент России стремятся убедить широкую общественность в успехе ЕГЭ.

А. Фурсенко держит достаточно категоричный тон по отношению к общественности в своих высказываниях (о необратимости ЕГЭ *«Он будет, конечно, совершенствоваться. Но точка возврата пройдена»*). Используя развернутую метафору, сравнивая ЕГЭ со строительством самолетов, министр образования стремится удержать волну недовольства ЕГЭ и твердо

заявляет о том, что многие из участников ЕГЭ удовлетворены им как формой проведения итоговой аттестации.

Речь Д. Медведева скорее напоминает доверительную беседу с заинтересованной аудиторией. *«У нас практически все абитуриенты, кто поступал в высшие учебные заведения, считают эту системой хорошей и справедливой, и 70% их родителей. Это не мало»*, – сказал президент. Он считает ЕГЭ оправданным испытанием для молодых людей. *«Я считаю, что каждый человек должен проходить в своей жизни какие-то испытания, иначе он не сформируется как личность, он не сможет продемонстрировать свои лучшие качества. Поэтому и финальный ЕГЭ, и те государственные экзамены, которые проходят до того, они формируют характер. Я считаю, что это правильно»*. Медведев признался, что завидует тем, кто поступал в университет и высшие учебные заведения в этом году. *«Потому что когда я поступал, наверно, и когда Вы поступали в университет, в высшее учебное заведение, у нас был довольно серьезный стресс, как принято говорить, мандраж перед экзаменами. Мало того, что в школе отсдавался, так еще и нужно прийти в высшее учебное заведение и сдать экзамены там, а там масса неопределенностей, масса самых разных факторов, и просто обычное волнение перед экзаменом, и потом, давайте не будем закрывать глаза на то, что было совсем недавно и много лет назад, когда я поступал. Блатные, те кто поступают по звонкам и за деньги. И они создавали ситуацию, когда, по сути, они оттирали часть хорошо подготовленных ребят, потому что они же, естественно, забирали на себя часть мест»*, – пояснил президент. Д. Медведев сказал, что нынешняя система Единого госэкзамена не идеальна, но она работает совсем немного и, естественно, еще нуждается в совершенствовании.

Несомненно, что и министр образования, и президент России в своей речи используют литературную лексику, речь соответствует выбранному жанру. Однако, создавая доверительный тон своему выступлению Д. Медведев использует просторечную лексику: *мандраж отсдавался, блатные*. Президент России применяет достаточно гибкий способ убеждения, аргументирует свою точку зрения: *«Все-таки эта система: а) направлена против коррупции; б) она делает сам процесс сдачи гораздо более прозрачным; и ... в-третьих, эта система уравнивает тех, кто учится в провинции, в глубинке, с теми, кто*

учится в столичных городах. Уже в этом ее большое прогрессивное значение».

Представители общественности, в основном, являются оппонентами официальной точки зрения.

Российские учителя, участники первого Всероссийского педагогического форума в Санкт-Петербурге, направили резолюцию президенту о провале ЕГЭ. Они считают эксперимент с ЕГЭ *«пагубной для российского образования ошибкой»*. *«Мы практически полностью утратили воспитательный элемент в работе школы и перешли на «штамповку» учеников, способных ответить на вопросы теста, созданного неизвестно кем и для чего»*, – заявляют российские учителя.

Член-корреспондент РАН, декан философского факультета МГУ Владимир Миронов в интервью корреспонденту выпуска новостей сказал: *«Единый государственный экзамен, открывший дорогу в Московский государственный университет очень слабым студентам, надо отменить, чтобы не допустить разрушения системы образования. Я лично регулярно выступаю с жесткой критикой реформ... ЕГЭ – это страшная вещь совершенно... Критика есть, критика жесткая. И более того, мы понимаем, что если ЕГЭ останется... я – то думал, что отменяют, как кукурузу, все это будет минимизироваться... но если ЕГЭ, не дай Бог, останется достаточно долго, то полностью будет разрушена школа»*.

Коммунисты уже не раз обрушивались с критикой на ЕГЭ, называя его «угадашкой» и настаивая на необходимости «спокойной и качественной системы оценки знаний», подчеркивая при этом, что ЕГЭ ей не является.

«Коммунисты всегда отстаивали идеалы просвещения, считали своим приоритетом борьбу с многовековой неграмотностью», – лидер Компартии критикует систему сдачи ЕГЭ по семи пунктам. *«Сегодня бурю негодования и среди родителей, и среди школьников вызывает ЕГЭ. Обеспокоены многие ректоры вузов. И представители КПРФ продолжают борьбу за то, чтобы вместо "угадайки" иметь спокойную и качественную систему оценки знаний»*, – заявляет лидер КПРФ.

Как показывают приведенные выше высказывания представителей системы образования и общественных организаций, мнение о ЕГЭ далеко не однозначны. Критикуя систему ЕГЭ, оппоненты используют тактику эмоционального воздействия на реципиента. Используются средства убеждения «к человеку»,

авторы обращаются к опыту аудитории, при этом используются изобразительные средства: ирония: *я – то думал, что отменят, как кукурузу; борьбу с многовековой неграмотностью; перешли на «штамповку» учеников, способных ответить на вопросы теста, созданного неизвестно кем и для чего»; эпитеты; пагубная ошибка, страшная вещь»; метафора: буря негодования.*

В обсуждение проблем ЕГЭ включилась заинтересованная общественность. В Интернете широко обсуждается и реформа образования, и новая форма итоговой аттестации. Установка участников обсуждения чаще всего направлена на некооперативное общение. Есть высказывания, в которых дается положительная оценка ЕГЭ, но таких сообщений значительно меньше, в некоторых комментариях выражается обеспокоенность и тревога за судьбу образования и будущего выпускника: *Да... обидно за наше образование...; Вы сами попробуйте пройти целый билет! А подготовка в школе вообще отсутствует! Особенно по необязательным предметам!; я считаю, что в сложившейся ситуации необходимо позволить обучающимся выбрать, что им сдавать: ЕГЭ или обычный экзамен.*

Однако большинство обсуждающих ЕГЭ в Интернете избирают дискредитирующие тактики общения, наряду с просторечной употребляется и грубая, иногда бранная лексика: *ЕГЭ абсолютная тцфта; Блин, этот ЕГЭ – полная хрень. Уравняли всех!!! По моей специальности эта математика никуда не уперлась...; да задолбали уже детей и родителей дергать каждый год!* и т.п. Придумываются целые истории, оскорбляющие достоинство и честь педагогов, например:

– Впервые за долгие годы ректоры и деканы вузов не купили новые автомобили.

– Купят на новый год после первого семестра.

– Зато купили директора и преподы школ.. и т.п.

Отсутствие умений четко и аргументированно доказать свою позицию, незнание сути проблемы, плохая, неграмотная речь – таким предстает среднестатистический участник дискуссии в Интернете по проблемам ЕГЭ 2009 года в Интернете.

В целом участники обсуждения ЕГЭ относятся к среднелитературному типу речевой культуры (это представители государственных структур, педагогическая общественность, представители общественных организаций), участники обсуждения

ЕГЭ в Интернете – к литературно-разговорному, а зачастую к просторечному.

Анализ высказываний участников обсуждения ЕГЭ показал, что способ выражения отношения к проблеме (уровень развития коммуникативной компетенции) зависит от речевой ситуации, от статуса говорящего, от жанровой принадлежности текста, от умения правильно использовать тактику ведения спора, а также от уровня речевой культуры и культуры общения собеседников. Проблема введения ЕГЭ, несомненно, волнует всех. Насколько оправдан выбор в качестве итоговой аттестации и вступительных экзаменов ЕГЭ, ещё предстоит решить. Активное обсуждение общественностью этой проблемы свидетельствует о том, что если и нужен ЕГЭ, то он требует доработки и усовершенствования.

© Попова Э.Ю., 2009

Потапчук Е.Ю.

Хабаровск, Россия

РОЛЬ МЕТАФОРЫ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ¹

Экстралингвистическое значение метафоры состоит в том, что она осуществляет структурирование социально-политической реальности, поскольку задает основные смыслы процессов и явлений и легитимирует те или иные политические реалии. Содержащая скрытое сравнение метафора позволяет включить новый предмет в пространство уже известного. «Фундаментальная» (М. Фуко), «базисная» (Э. Маккормак), «ориентационная» (Д. Лакофф и М. Джонсон), «коренная» (С. Пеппер) выполняет особую роль в жизни общества, т.к. создает условия для понимания и осмысления феноменов, а также связывает понятия между собой, организует их в систему, затем детерминируя мышление и поведение отдельного человека и социума в целом.

Политическая метафора включает в себя целую программу действий, а также указания к их развертыванию на разных уровнях социальной жизни. В результате выдвижения политических метафор происходит целеполагание, т.е. продвижение же-

¹ Данное исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, грант 08-06-98502.

лаемого в действительность, и, в конечном счете, целедостижение (Т. Парсонс), тем самым осуществляется стратегическое планирование и управление в масштабе государства, региона, города и т.д.

Политическая метафора не однозначна, ее содержание может уточняться, меняться, разрастаться. Участник политической коммуникации вкладывает в метафору (или «считывает» в ней) свои собственные личные (субъективные) смыслы. В связи с этим в метафоре возможно совмещение должного и желаемого. Следовательно, метафора может рассматриваться в качестве своеобразной бифуркационной точки, где обнаруживаются новые смыслы и происходит совпадение формальных и неформальных уровней политики (Л.Е. Бляхер). Так, например, предвыборный лозунг «Единой России» в ходе кампании по выборам депутатов Государственной Думы 2007 г. («Сильный – регион, единая – Россия») вкупе с ранее принятыми центром экономически подкрепленными программами развития Дальнего Востока встретил отклик и понимание дальневосточных политиков, в том числе губернатора Хабаровского края В.И. Ишаева («Россия начинается с Востока»). Произошло не только насыщение метафор реальными политическими и экономическими проектами, но и соединение метафор федерального и регионального значения.

Движение метафор в коммуникационном пространстве объединяет политических субъектов «по интересам», «сцепляет» метафоры разного уровня между собой, что, в конечном счете, может привести к возникновению «сквозных метафор», пронизывающих все этажи и эшелоны политики.

Характер политической метафоры зависит от уровня, на котором она функционирует. На уровне «большой» политики метафора сохраняет свое формальное значение, повторяясь и распространяясь, порождает новые смыслы, идеи, образы, лозунги и пр., поскольку на этом этапе она направлена на формирование и утверждение политических приоритетов, ценностей, приверженностей, статусов и т.п. Перемещаясь на уровень «малой» политики, метафора вынужденно трансформируется в комплексы политических действий, событий, мероприятий, процессов, которые, так или иначе, соответствуют заявленной политической идее. Именно на этом этапе метафора запускает механизмы социального и политического управления, организует усилия общества и деятельность различных структур.

Т.о., политическая метафора организует любые – финансовые, научные, интеллектуальные и т.д. – усилия, направленные на достижение заявленной цели. Переводя желаемое в действительное метафора структурирует политическую реальность, но она может остаться только декларативным элементом, если не трансформируется в практическую деятельность. Для подобных процессов метафоры властного дискурса должны соотноситься с метафорами дискурса повседневного. В противном случае они блокируются и не влияют на участников интеракции.

Из аристотелевского понимания государства как высшей формы общения людей следует, что эффективность управления, зачастую, зависит от качества политических коммуникаций. Выдвижение метафор – один из обязательных элементов политического общения.

Созданию новых и активизации старых каналов коммуникации в политике призван способствовать Дальневосточный международный экономический конгресс (ДмЭК). Первый ДмЭК проходил в 2005 г. под девизом: «Горизонты партнерства России с государствами АТР: человек, природа, экономика». Девиз Второго ДмЭК, состоявшегося в 2007 г., был более амбициозным: «Через развитие Сибири и Дальнего Востока – к модернизации страны». Предполагаемое обсуждение регионального измерения «Стратегии 2020» на Третьем конгрессе в октябре 2008 г. стихийно переросло в осмысление свежей для России того политического сезона метафоры «мировой финансово-экономический кризис». Поэтому Четвертый Дальневосточный международный экономический конгресс планируется провести 8-9 сентября 2009 г. уже под лозунгом: «Стратегии развития Востока России: антикризисные ориентиры и новые подходы».

© Потапчук Е.Ю., 2009

Потсар А.Н.

Санкт-Петербург, Россия

ПОЛИТИЧЕСКИЙ РОМАН

В СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Политический роман, ставший самостоятельной литературной формой в XX веке, за последние годы занял очень важное место в российской словесности, что косвенно подтверждается количеством опубликованных текстов и проданных экземпляров.

ляров, а также обилием критических откликов на большинство произведений в этом жанре. Причины актуализации политического романа едва ли можно определить однозначно: с одной стороны, закономерно возрос интерес аудитории к политической жизни и к политическому пространству, с другой – политехнологии целенаправленно ищут и используют новые механизмы воздействия на массовую аудиторию, обращаясь в том числе и к возможностям художественного текста.

Тенденциозность традиционно называют основополагающим свойством русской литературы, связывая представление о тенденциозности с воздействующими качествами художественного текста, который всегда так или иначе отражает мировоззрение автора и оказывает воздействие на читателя. Понятие тенденциозности родственно понятию идеологичности, и не всегда различие между этими стилистическими категориями обнаруживается при анализе конкретного речевого произведения. Идеологичность, очевидно, представляет собой тенденциозность определенного типа – не просто приверженность автора определенной точке зрения, но декларируемую принадлежность автора к той или иной сложившейся в обществе системе взглядов. Открытые усилия, направленные автором на убеждение читателя, в этом случае соответствуют традиционному представлению о журналистском или политическом, а не литературном тексте.

В современных условиях все труднее обозначить границы литературного текста, размывающиеся в связи с расширением речевой практики в сфере массовой коммуникации, под влиянием которой оказываются все прочие сферы словесности. Массовые тексты (в том числе паралитературные) идеологичны по своей природе, ориентированы на воспроизведение системы ценностей общества, формирование стереотипов, внедрение определенных ключевых понятий, их авторы относительно свободны в высказывании социально-оценочных суждений. Сближение литературного текста с паралитературным, опирающимся на стилистику журналистского произведения, приводит к трансформации сложившихся художественных жанров, в частности из-за общей тенденции к монологизации изложения. Современному политическому роману свойственна идеологичность, произведения в этой категории стилистически крайне неоднородны, что затрудняет определение основополагающих признаков жанра и квалификацию того или иного текста как литературного или паралитературного.

Любопытно, что западная модель политического романа-расследования не актуальна для российской литературной и политической традиции. Документальная политическая проза не востребована (за исключением мемуаров политических деятелей), российские авторы стремятся к образному обобщению, предпочитая описывать несуществующий мир (Владимир Сорокин, Сергей Доренко, Александр Проханов, Натан Дубовицкий). При этом участники политического процесса изыскивают мельчайшие фактические совпадения в тексте романа, для того чтобы идентифицировать себя с персонажем или ситуацией. Таким образом, художественный вымысел прочитывается как документальное повествование и служит для политика своеобразным критерием оценки собственной значимости в историческом масштабе.

Анализ политического дискурса традиционно концентрируется на речевых произведениях субъектов политической коммуникации. Мы склонны относить к политическому дискурсу не только обсуждение того или иного литературного текста в экспертных сообществах в публичном пространстве, но и само обсуждаемое произведение, которое становится фактом политической жизни общества, в первую очередь в том случае, если оно написано политиком (под своим именем или под псевдонимом).

Как правило, политическое послание в политическом романе присутствует в более или менее явной форме. Нередко интерпретирующее сознание политического сообщества усматривает в произведении политический подтекст, даже если автор не предполагал ничего подобного. Политический (или прочитанный как политический) роман подвергается как литературоведческому, так и политологическому анализу.

Так, опубликованный летом 2009 года роман «Околоноля» вызвал бурную реакцию политического сообщества в связи с вопросом о его подлинном авторстве. Большинство критиков предположили, что под псевдонимом Натан Дубовицкий скрывается Владислав Сурков. Александр Проханов (политик и писатель) рассматривает роман «Околоноля» как явление литературы, если Владислав Сурков не является автором, и как явление политической коммуникации, если авторство Владислава Суркова подтверждается. Оценка зависит от выбранной системы координат: как факт литературы роман оценен Прохановым высоко, как факт политической коммуникации – низко.

Взаимоотношения литературы и политики в России всегда были проблематизированы, всегда являлись предметом рефлексии. Современный политический роман проблематизирует само понятие литературы, заново обозначая ключевые проблемы взаимодействия идеологического и художественного дискурсов. В целом можно утверждать, что сейчас литературный процесс служит для процесса политического определенным идентифицирующим механизмом.

© Потсар А.Н., 2009

Ракитина Н.Н.

Магнитогорск, Россия

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ АББРЕВИАТУРЫ В РУССКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Если в течение многих столетий английский язык обогащался за счет других языков, то в настоящее время можно заметить противоположную тенденцию – другие языки все больше заимствуют новую лексику из английского языка. Аббревиатуры не являются исключением. Многие английские аббревиатуры были заимствованы другими языками и стали межъязыковыми.

В последние годы в русском языке фиксируется значительное увеличение потока заимствованных аббревиатурных лексем из английского языка, что находит свое отражение в политическом дискурсе.

Своеобразие данных заимствований состоит в высокой частотности их употреблений, вследствие чего очень скоро их новизна стирается и большинство заимствований становятся общеупотребительными. Так, например, «**VIP** – *девичник*» [АИФ 2003, № 41, стр. 4], «**TV** – *рейтинг*» [АИФ 2003, № 41: 26], «*Тайна IQ или как стать умнее?*» [АИФ № 39, 2004: 15].

С точки зрения фонетических особенностей заимствованных аббревиатур, сохраняющих латинскую графику, необходимо отметить, что они сохраняют и произношение по правилам языка-источника: **PR, VIP, TV**.

Подобные аббревиатуры сохраняют тесную связь с языком-источником, что проявляется как на фонетическом и графическом уровнях, так и на орфографическом уровне. К примеру акроним **VIP** встречается как в полном соответствии с английским образцом **V.I.P.**, так и в его варианте **VIP**.

Наиболее употребительные заимствования осваиваются русским языком, что находит выражение в появлении у них ва-

риантов, оформленных средствами русской графики: **VIP – ВИП, TV – ТВ, PR – ПИАР**.

Несмотря на непродолжительное функционирование данных аббревиатур в русском языке, они проявили высокую словообразовательную активность, что является следствием их коммуникативной значимости в языке и в политическом дискурсе в частности. Кроме того, данный факт свидетельствует о том, что аббревиатуры данного типа осознаются сразу как лексические единицы с потенциальными фонетическими, грамматическими и словообразовательными способностями.

Орфография большинства производных аббревиатур дефисная: **PR – специалист, PR – компания**, но отмечаются случаи и с отдельным написанием – **VIP билет, VIP зона, VIP карта**.

Среди аббревиатур, образованных на базе заимствованных, имеются и производные явно окказионального характера: **PROфи-клуб** (в результате аппликации смысла сложное слово получило значение “клуб профессионалов, занимающихся связями с общественностью”).

Причины заимствования сводятся к:

1. потребности в наименовании нового явления,
2. специализации понятий,
3. «престижности и моде» на иноязычное слово,
4. коммуникативной актуальности понятий, обозначаемых заимствованными аббревиатурами.

Например, английская аббревиатура **PR (Public Relations)** транслитерирована как **ПР (пуар)**. Как отмечает Т.В. Попова, иноязычная лексема **PR** появилась раньше русской **ПР** и стала мотиватором последней, но в настоящее время английское существительное **PR** имеет незначительное количество дериватов (7 слов), в то время как русское мотивирует 57 производных; дериваты с **PR** употребляются в текстах СМИ значительно реже, чем производные с **ПР** [Попова 2005: 85].

Аббревиатуры, становясь интернациональными, теряют свою национальную специфику и монокультурную маркированность.

ЛИТЕРАТУРА

АИФ – 2003. – № 41.

АИФ – 2004. – № 39.

Попова, Т.В. Неология и неография современного русского языка : учеб. пособие / Т.В. Попова, Л.В. Рацибурская, Д.В. Гугунава. – М. : Флинта: Наука, 2005. – 168 с.

Садуов Р.Т.
Уфа, Россия

МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КОГНИТИВНЫХ НАРУШЕНИЙ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (на материале политических речей Тони Блэра)

Целью настоящего исследования явилась попытка выделения, дефинирования и классифицирования такого способа манипуляции сознанием, как когнитивные нарушения. Теоретической базой данного исследования послужили работы выдающихся социологов, историков и лингвистов, занимающихся проблемами языка и общества. Материалом для исследования стали речи и заявления премьер-министра Великобритании Тони Блэра.

«Когнитивные нарушения» – медицинский термин, обозначающий психические расстройства центральной нервной системы. Нарушения работы головного мозга выражаются в его когнитивной дисфункции: проблемах памяти, внимания, ориентации в месте и времени, речи, сообразительности, восприятии. Такое своеобразие мнестических расстройств обуславливает сохранность памяти о событиях жизни при выраженных затруднениях в обучении, при одновременной работе с несколькими источниками информации и при решении многоэтапных задач, требующих сохранности памяти о промежуточном результате деятельности. В настоящем исследовании вслед за австрийским социологом Иваном Илличем под данным термином понимаются бесформенные и пластичные слова, скрывающие за собой бессмысленные, беспредметные понятия, затуманивающие понимание текста. Аналогично одноименным нарушениям функции головного мозга, эти слова препятствуют способности человека мыслить, выстраивать логические цепочки и, как результат, познавать окружающую действительность. Таким образом, **когнитивные нарушения** – это абстрактно-смысловой пласт лексики языка, имеющий широкий спектр применения в речи и используемый как средство манипулирования для достижения политических и иных амбиций.

Представляется, что такое понимание данного термина позволяет разделить класс когнитивных нарушений на две группы: слова-амебы и амебы-усилители. При этом термин «слова-амебы», который часто используется как синонимичный когни-

тивным нарушениям, охватывает такие традиционно выделяемые в рамках класса когнитивных нарушений понятия, как «демократия», «свобода», «терроризм», «прогресс». В то время как термин «амебы-усилители» был предложен в рамках данного исследования, чтобы отразить ранее не выделяемый класс слов, порождающих когнитивные нарушения. В качестве примеров «амеб-усилителей» можно привести такие лексемы, как «глобальный», «испытание», «возможность», «перемена» и некоторые другие. Представляется, что данные понятия обладают манипулятивным потенциалом и схожей со «словами-амебами» функцией, и могут рассматриваться как часть когнитивных нарушений. Тем не менее, данные слова имеют и ряд отличительных свойств, что не позволяет включить их в один ряд с понятиями «демократия», «свобода», «терроризм» и т.д. Поэтому термин «слова-амебы» был намеренно переведен из синонимичного «когнитивным нарушениям» в понятие видовое, чтобы отделить два класса слов – «слова-амебы» и «амебы-усилители» – которые, как представляется, входят в разряд когнитивных нарушений.

Основное отличие между названными классами когнитивных нарушений заключается в следующем:

- «Слова-амебы» в высшей степени абстрактны, в то время как «амебы-усилители» в зависимости от контекста могут иметь как абстрактное, так и конкретное значение;

- Класс «слов-амеб» изначально характерен для языка власти, тем не менее, существует тенденция постепенного перехода данной лексики в язык обихода. «Амебы-усилители», наоборот, более характерны для повседневного общения, и теряют свое конкретное наполнение только в случае их использования в языке власти;

- «Слова-амебы» обладают крайне сложной семантической структурой, множественностью толкований; «амебы-усилители», наоборот, имеют сравнительно простую семантическую структуру.

Тем не менее, несмотря на все существующие различия, «слова-амебы» и «амебы-усилители» очень схожи по своей природе (и те, и другие абстрактны по отношению к действительности, обладают широким, «размытым» значением) и по функциям: обе разновидности направлены на создание альтернативной действительности, используются как средства манипуляции, а в тексте могут употребляться в одном ряду.

Таким образом, когнитивные нарушения – это средство манипулирования, основанное на изменении качества самого языка слушающей аудитории, когда порождаемые в политических речах аморфные, лишённые смысла понятия легко входят в обиход и умаляют богатство языка, подрывают его основы. Представляется, что результаты исследования могут быть использованы для дальнейших разработок в области политических технологий, а также способствовать пониманию механизмов манипулятивного воздействия на сознание.

© Садуов Р.Т., 2009

Садыхов Р.Р.

г. Юбилейный, Россия

О СОВРЕМЕННЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ТЕРМИНАХ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ

В процессе интерпретации политической речи существенное значение имеет такой фактор, как «поиск изменяющейся точки зрения на изменяющийся мир». Политическая речь в значительной степени формируется из ранее сделанных высказываний. Оратор апеллирует к уже написанному или произнесённому, примыкает или конфронтрует с определенной политической традицией. Каждая новая речь – это новое видение, новый взгляд, новая перспектива, новый «монтаж мира». В части интерпретации языковая игра является способом отношения к миру, разностью морали и разностью традиции, поэтому идентичные слова, примененные в различных системах, дают различный результат. Понятие языковой игры подразумевает плюрализм смыслов [Шкловский].

В отечественном языкознании термин «языковая игра» вошел в широкий научный обиход после публикации одноимённой работы Е.А. Земской, М.В. Китайгородской и Н.Н. Розановой, хотя сами лингвистические явления, обозначаемые данным термином, имеют достаточно длительную историю изучения. При языковой игре свободное отношение к форме речи получает эстетическое задание, пусть даже самое скромное. Это может быть и незатейливая шутка, и более или менее удачная острота, и каламбур, и разные виды тропов (сравнения, метафоры, перифразы и т.д.) [Земская 1983].

Среди «путинизмов» особый статус приобрели высказывания президента, содержащие в себе как уже существующие в языке жаргонизмы, так и различные их модификации. За два

срока своего президентства, Владимир Путин представил общественности немало достойных внимания высказываний, которыми, наряду с другими различными факторами, обусловлена его популярность. Так, по итогам первого срока президентства, в России был опубликован отдельной книгой сборник афоризмов Путина [Душенко 2009].

Президент РФ Дмитрий Медведев и премьер Владимир Путин подарили миру в уходящем году много крылатых фраз. В обиход вошли слова «кошмарить», «пахать как раб на галерах», «правовой нигилизм» [<http://www.cety.ru/gorby.html>].

Владимир Владимирович Путин временами начинает тяготиться необходимостью многие свои заявления зачитывать и поэтому в режиме свободного общения его будто прорывает. Профессор-языковед Горбаневский считает это усвоенным на прежней работе «приемом вербовки» – дать человеку понять, что вы такой же, как он, а он такой же, как вы. Дмитрий Анатольевич Медведев имеет свой индивидуальный речевой стиль. Фразы Медведева: «Бюрократия периодически кошмарит бизнес» подразумевает давление на бизнес со стороны правоохранительных органов и чиновников. Слово «кошмарить» – из уголовного жаргона, где одно из значений этого слова – запугивать [<http://rusexpert.ru/mvg/>].

Таким образом, языковая игра претерпевает своё эволюционное развитие в словах ведущих политиков государства. Политическая языковая игра является важным психологическим и лингвистическим инструментом управления, а также средством определения проекции государственной политики. Поэтому так необходимо изучать и исследовать элементы её выражения.

ЛИТЕРАТУРА

Душенко К.В. Мысли, афоризмы и шутки знаменитых мужчин: 359 персон от Пифагора до Путина. – Эксмо: 2009.

Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.Н. Языковая игра // Русская разговорная речь. – М., 1983.

Шкловский В.Б. Воскрешение слова. 1914 (<http://www.philolog.ru/filolog/shklov.htm>)

<http://www.cety.ru/gorby.html>

<http://rusexpert.ru/mvg/>

© Садыхов Р.Р., 2009

Салдецкая О.И.

Запорожье, Украина

СТЕРТАЯ АНТРОПОМОРФНАЯ МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ МИРА

В последнее время все более перспективным направлением анализа такого многопланового явления, как политическая коммуникация, становится исследование политической метафоры [Будаев, Чудинов 2008; Чадюк 2005]. Высокая частотность метафор в современном политическом дискурсе, по мнению исследователей, объясняется тем, что метафора превратилась в одно из наиболее сильных средств представления политических концепций и воздействия на политическое сознание общества [Чудинов 2006; Анисимова 2006].

Следует отметить, что наряду с метафорическими образами, ярко выделяющимися своей новизной и экспрессивностью, в политической коммуникации нередко можно встретить и употребление так называемых стертых метафор. Среди них преобладает антропоморфная метафора, в которой предметы и явления объективной действительности представлены в ассоциативной связи с человеческими формами и качествами. Давно упрочнившиеся, и в силу этого утратившие свою экспрессивность, уподобления человеческим формам можно пронаблюдать на примерах, взятых из публицистических статей политической тематики. Среди них показательными в плане употребления стертых метафор являются как отдельные устойчивые выражения (*keep looking ahead*, *the heart of the matter*, *looking backwards*), так и цельные фрагменты текстов (The Economist 2007, January 13th):

Polls give Mr Le Pen about 12%, but this may underestimate his support. At a comparable point *ahead* of the 2002 presidential election, in which he won 17% and a place in the run-off, he was scoring only 6%, according to Ipsos, a polling agency.

At the heart of counter-insurgency doctrine is the idea of winning over the uncommitted «passive» majority.

The job of holding it together remains daunting, but the Americans in Iraq have many resources, from the power of the gun to the power of the purse. The one they are running shortest of its support *back* home. For all his flaws, the lonely Mr Bush is right to resume the charge.

Как видно из приведенных выше примеров, лексические единицы *head*, *heart*, *back*, имеющие своими денотатами, в первую очередь, части человеческого тела, легли в основу образ-

ных выражений в процессе аналогового переноса смысла с одного объекта действительности на другой на основании выделения в сознании местоположения данных частей тела и соотношения его с другими значащими в данный момент фактами реальности. Так, «центральность» сердца в нашем организме обуславливает использование обозначающей его лексической единицы *heart* для наименования того, что имеет центральное, главное положение и в других явлениях. Аналогично произошло и переосмысление лексических единиц *head* и *back*, однако, в первом случае важным стало именно верхнее, переднее, а во втором – заднее расположение частей тела, обозначенных данными лексическими единицами. Со временем образность данных метафорических оборотов была утрачена, «стерта», и это происходило по мере того, как процесс сопоставления стал осуществляться в сознании речевых коммуникантов как бы «по умолчанию». Более того, это могло приводить к расширению соответствующих понятий и впоследствии даже к категориальным сдвигам, как, например, в отношении лексических единиц *head* и *back*, когда они утрачивают свою именную закрепленность и служат лишь маркерами направления движения во времени или пространстве: *head* «голова» – *ahead* «вперед, вперед»; *back* «спина» – *backwards, back* «назад, сзади».

Такая «стертость» антропоморфной метафоры лишь в очередной раз свидетельствует о ее глубинном происхождении. Довольно частое использование такого вида метафоры в политических текстах может, на первый взгляд, т.е. только с точки зрения стилистика языка, говорить о «заштампованности» и тривиальности политической речи, тогда как, с другой стороны, более комплексный подход, выходящий за рамки теории языка и находящийся на стыке лингвистики, психологии и философии, позволяет рассматривать данное явление глубже. По нашему мнению, «стертость» такой метафоры даже лучше, чем образность индивидуального авторского порыва, свидетельствует о бессознательной глубине мотивов формирования именно такой модели мира, которая является антропоцентричной и находит одно из своих воплощений в языке, как одной из сфер фиксации антропоморфной действительности, вбирая в себя ее черты. «Стертость» метафоры в данном случае следует воспринимать не как «заезженность» данного выражения, а как неоспоримость ассоциативных связей между свойствами человека и любых других объектов, ненужность выстраивать ярко выраженные

языковые доказательства их сходства. Это и свидетельствует о давно сложившихся антропоцентричных корреляциях, которые легли в основу глубинных принципов осознания мира, ставших теперь уже бессознательными и проявляющимися только в языке.

Частое использование стертой антропоморфной метафоры именно в политическом дискурсе не является, как мы полагаем, случайным. Поскольку одной из функций политической коммуникации является воздействие на адресата, автор выстраивая модель своего сообщения, подсознательно выбирает наиболее устоявшиеся языковые выражения и руководствуется при этом антропоцентричными принципами построения модели мира, которые заложены в глубинах нашего сознания, а потому являются бессознательно понятными и более действенными для адресата.

ЛИТЕРАТУРА

Анисимова А.А. Роль метафоры в структуре политического дискурса// И.А. Бодуэн де Куртенэ и современные проблемы теоретического и прикладного языкознания (Казань, 23-25 мая 2006 г.): труды и материалы: в 2 т. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2006. – Т.1. – С.42-44.

Будаев Э.В., Чудинов А.П. Зарубежная политическая метафорология: Монография / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2008. – 248 с.

Чадюк О.М. Метафора у сфері сучасної української політичної комунікації: Автореф. дис. канд. філол. наук. – Київ, 2005. – 18 с.

Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2006. 256 с.

© Салдецкая О.И., 2009

Самойлова К.А.

Москва, Россия

ВРЕМЯ СНОВИДЕНИЙ: НАРРАТИВ ВОЙНЫ В ЛАТЫШСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛОГОСФЕРЕ

Заявленная тема рассматривается в русле проблем межэтнической конфликтологии. Предполагается, что ее изучение поможет ответить на вопрос о причинах многоуровневого (когнитивного, политического, культурно-языкового, коммуникативного) конфликта двух общин – титульной и русскоязычной, – живущих в Латвии.

Балтийский этнонационализм с его яростной русофобией выглядит сегодня как нечто, совершенно выпадающее из общего ритма европейской политической жизни и потому воспринимаемое как иррациональное, архаичное и абсолютно не конструктивное. Вместе с тем взгляд из латышского ментального пространства (взгляд «изнутри») позволяет увидеть свой, национальный смысл происходящего, корнями уходящий в глубокую архаику. Он зиждется на архетипической, вечной и драматичной антитезе *своего* и *чужого*, представленной в каждом фрагменте национальной истории. На временном отрезке военной (шире – советской) истории непримиримость этих двух начал проявляется с особой остротой.

Тема советской оккупации, пересмотра военной истории остается главной темой политической коммуникации в Латвии, вокруг которой сформирован и по-прежнему развивается конфликт, раскалывающий общество по этническому признаку. Ретроспективность национального дискурса детерминирована «потребностями сегодняшнего дня» и является следствием идеологизации истории XX века. Советское время подвергается в национальном политическом дискурсе, как институциональном, так и медийном, жесткой ревизии в целях упрочения положения *status quo* национального государства, оправдания существующей уже почти два десятилетия так называемой «положительной дискриминации» нетитульного населения страны.

В силу этого областью обсуждения, преломления различных точек зрения на проблему военного прошлого Латвии в национальных СМИ становятся не реальные события, даты, персоналии т.д., а дискурсивные образы, оценки, впечатления, т.е. ментальное отражение военной истории, рефлексия над ней. По сути, речь идет о дискурсивном и текстовом «измерении» реальной истории: наррации (рассказывании, повествовании – практике, определяемой М. Серто как «писание истории» – и о нарративе (продукте, результате повествования).

Семантика латышских нарративов войны и их прагматика определяются главным образом настоящими и будущими целями государства, стремящегося к моноэтнической структуре. Прозрачный смысл национальной политической мечты детерминирует титульное отношение к тем, кто мешает ее осуществлению. Военные нарративы, в совокупности формирующие националистический дискурс, становятся инструментом государственной политики вытеснения из Латвии русскоязычных.

Критический дискурс-анализ титульного институционального и медийного дискурсов позволяет продемонстрировать политическую ангажированность нарративов. Культурологический анализ дает возможность обнаружить корреляции современного и архаического латышского сознания. Он углубляет исследование до уровня экспликации национальных привычек сознания – мифологических ментальных схем, архетипических следов национальной мысли. (Ср. мысль В.В. Налимова: чтобы быть адекватной, наука должна стать не только логической, но и мифологической).

Анализ нарративов войны подтвердил исследовательскую гипотезу о том, что интерпретация всех исторических событий, в которых задействован *свой* этнос, подчинена интуитивной логике национальной культуры, той скрытой, иногда неартикулированной идее, реализация которой судьбой ли, природой, жизнью, Богом, или какой-либо иной сущностью, возложена на эту культуру. В латышских нарративных схемах войны с очевидностью просматривается подчинение главной идее национальной культуры – идее «самости», сохранения собственной идентичности, идентичности малого народа, веками зажатого большими, сильными и агрессивными соседними нациями, идее сохранения латышскости – не только для самих себя, но и для мира.

Заложенная в подсознание и с древности оформленная как сакральная идея сохранения «самости» в современных условиях трансформировалась в идею дерусификации Латвии. Подпитываемая мифами о российской угрозе и советской оккупации она составила основу новой идеологии Латвии, стала смысловой доминантой латышской политической мысли, идеологическим императивом этнократической власти. Вокруг идеи дерусификации формируется и разворачивается институциональный и медийный дискурс националистической направленности (дискурс ненависти). При этом используется весь арсенал маркировок ксенофобии. В собственно мифологическом поле исследования обнаруживается действие иных дискурсивных инструментов: мифологем стереотипов, архетипов национального сознания.

Идея дерусификации, оформленная как политический нарратив-сверхтекст, «обслуживается» ретроспективными событийными нарративами в медийном, институциональном и личном президентском дискурсе, регулируя и моделируя массовое поведение латышей, прежде всего ментальное, по отношению к русскоязычному населению республики. Активная цирку-

ляция нарративов ненависти и страдания подводит титульное сознание к состоянию ментальной готовности новой войны с населением – протагонистом.

Особое место в латышском политическом дискурсе занимают нарративы-оправдания немецкой оккупации. Сравнение нарративов фашистской и немецкой оккупаций открывают особую перспективу не только политического, но и массового латышского сознания.

Неразличение прошлого и настоящего австралийские аборигены называют временем сновидений. Очевидно, латышское сознание, прежде всего политическое, пребывает именно в таком состоянии. Каким будет пробуждение и когда? Или здесь имеет место летаргический сон?

© Самойлова К.А., 2009

Сурина А.В.

Екатеринбург, Россия

РОЛЬ МЕМУАРОВ В СОЗДАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА

В современной России жанр политических мемуаров занимает все более прочные позиции. Воспоминания политиков имеют чаще всего яркую прагматическую направленность: их создание рассчитано в значительной степени на то, чтобы помочь автору-политику привлечь на свою сторону как можно большее количество единомышленников, представляющих потенциальный электорат. Частое обращение политиков к данной разновидности автобиографического текста обусловлено рядом факторов. Во-первых, необходимо отметить повышенный интерес общества к политической жизни страны в целом. Во-вторых, жанр мемуаров удобен для создания целостного образа политика, для комплексного представления его взглядов, политической позиции. В-третьих, политические мемуары часто содержат подробности частной жизни «власть имущих», что привлекает многочисленных читателей. Политические мемуары «способствуют раскрытию особенно деликатной стороны партийной и государственной жизни, помогают под несколько иным, пусть не очень привычным, углом зрения взглянуть на некоторые проблемы функционирования механизма власти» [Искендеров 2001: 173].

Политические мемуары направлены на создание благоприятного имиджа политика. Отбор фактов биографии обусловлен необходимостью освещать только те события, которые найдут одобрение у большинства читателей. Мемуарист, остано-

ливаясь на разных этапах жизни, политической карьеры, описывает лишь определенные моменты, благотворно влияющие на создание положительного образа, например, воспитание в простой рабочей семье или семье интеллигентов, описание спортивных достижений, получение хорошего образования, обладание безукоризненной репутацией семьянина и достижение высокого профессионализма. Целостный образ, созданный в воспоминаниях, делает «недостигаемого» политического лидера ближе и понятнее рядовому читателю.

Имидж политического деятеля в значительной степени определяется его речевым портретом, который обеспечивает узнаваемость политического деятеля и, следовательно, формирует отношение к нему (позитивное или негативное) и его рейтинг. Политик ищет методом «проб и ошибок», а потом выстраивает определенную модель политического лидера, благоприятную именно в создавшейся политической ситуации. В результате положительный образ может быть найден, и политик, скорее всего, постарается ему соответствовать. Таким образом, имидж должен соответствовать не только личностным особенностям политика или содержанию рекламируемой политической идеи, но и ожиданиям социальной среды.

Политики берутся за перо чаще всего на определённом этапе становления карьеры: в период подъёма на политический «олимп» для предоставления читателям более полной информации о себе (например, Б.Н. Ельцин «Исповедь на заданную тему», Б. Немцов «Провинциал»), во время предвыборной борьбы для создания полной картины политических взглядов и демонстрации положительных личностных качеств (Б.Н. Ельцин «Записки президента», И. Хакамада «Особенности национальной политики», А. Лебедь «За Державу обидно...» и др.). Но ряд мемуаров соответствуют традиционной для данного жанра цели – это подведение итогов (например, Е.М. Примаков «Годы в большой политике»). Но в большинстве случаев написание мемуаров является одним из шагов, предпринимаемых политиком для выстраивания благоприятного имиджа и укрепления своих политических позиций.

В ходе повествования авторы-политики останавливаются на определённых личностных и профессиональных качествах, с одной стороны, одобряемых читателями, с другой стороны, набор характеристик не должен расходиться с тем образом, который существует в сознании потенциальных избирателей.

В политических мемуарах постсоветского периода набор имиджевых характеристик обусловлен профессиональной принадлежностью авторов. В перечень важных для политика качеств входят: профессионализм, самостоятельность принимаемых решений, трудолюбие, решительность, терпение и др. Но наряду с качествами, характерными для деятельности политиков, авторы не боялись упоминать и существование отрицательных черт, например: слабость, раздражительность, агрессивность, уязвимость и др. Это сознательный ход мемуаристов, предполагающий сокращение дистанции с читателем, создание жизненного, правдоподобного образа простого человека со своими слабостями. Мемуары позволяют автору создать целостный образ, дать развернутое представление о себе и как о политике, так и о человеке в целом. Таким образом, мемуары представляют собой успешный способ формирования и/или поддержания политического имиджа.

ЛИТЕРАТУРА

Искендеров А. А. Мемуарная лихорадка // Вопр. истории. – 2001. – № 4. – С. 173-175.

Ельцин Б. Н. Записки президента. – М. : Изд-во Огонек, 1994. – 416 с.

Ельцин Б. Н. Исповедь на заданную тему. – Свердловск : [Б. и.], 1990. – 136 с.

Лебедь А. И. За Державу обидно... – Киров : Изд-во «Вятское слово», 1995. – 360 с.

Немцов Б. Е. Провинциал. – М. : Вагриус, 1997. – 152 с.

Примаков Е. М. Годы в большой политике. – М. : Совершенно секретно, 1999. – 448 с.

Хакамада И. М. Особенности национального политика. – М. : Авантитул ОЛМА-ПРЕСС, 2002. – 256 с.

© Сурина А.В., 2009

Суспицына И.Н.

Екатеринбург, Россия

КАКОГО ЦВЕТА КРИЗИС В РОССИИ?

Вторая половина 2008 г. войдет в историю тем, что мир стал жить в условиях финансово-экономического кризиса, который втянул в свою орбиту практически все государства и Россию в том числе. Термин **мировой финансово-экономический кризис** прошел путь от слова-фантома до слова-символа современной действительности в национальном языковом сознании меньше чем за год, и поэтому стал центром активного ме-

тафорического притяжения. Для выяснения того, с чем ассоциируется понятие **мировой финансово-экономический кризис** у россиян, нами был проведен анкетный опрос 164 студентов 1-4 курса педагогического университета г. Екатеринбурга. Данная аудитория была выбрана в качестве респондентов потому, что именно молодые люди наиболее мобильно и остро схватывают «дух времени», творчески подходят к языковым фактам, и поэтому они, на наш взгляд, создали в своих ответах реальную картину метафорического представления о том, что такое кризис в обычном языковом сознании.

В результате анализа анкет было выявлено, что в качестве сфер-источников когнитивных метафор выступают традиционные субсферы «Социум», «Человек», «Природа» и «Артефакты».

В концептуальную сферу термина **мировой финансово-экономический кризис** входят такие понятия как инфляция, безработица, снижение уровня жизни, обесценивание денег, рост цен, девальвация ценных бумаг, разорение предприятий. Основное количество респондентов приводят именно эти ассоциации в качестве слов-рефлексий на предложенный стимул (58%), хотя их можно рассматривать в качестве социальных метафор только в совокупности с остальными образами: *У моей семьи денежные трудности, я пошла работать, чтобы помочь матери; Не хватает денег на учебу; Нет денег на мобильнике; Пенсионерам трудно, у них тоже инфляция; Банкиры ездят на метро, а блондинки вынуждены ходить на работу целую неделю в одном платье.*

Собственно метафорические модели в субсфере «Социум» представлены криминальными метафорами: кризис – это *воровство, грабеж, насилие, преступность, наркомания* (10%) и игровой метафорой (2 реакции): *Мировой кризис – это игра, игра держателей мировой экономики, которые периодически устраивают подобные встряски, чтобы поток капиталов не переставал течь в их карманы.*

Представляет интерес фрейм «Виновники кризиса» в социальной метафоре. Данный фрейм вполне естественно вписывается в рассматриваемую субсферу: если есть явление, то оно должно быть кем-то или чем-то вызвано. И виновников кризиса 3% респондентов видят в Америке и ее лидерах. Ср.: *Проклятая Америка и Уолл-Стрит – вот что такое кризис. Сидят американцы и радуются; Буш, Обама, президенты; Толстый*

американец в типичном костюме капиталиста. У него красные полные щеки, а на лице довольная улыбка; Во всем виноват доллар и все эти экономисты. Подобное метафорическое осмысление иностранца как врага, источника всех бед исторически типично для русской ментальности. Кроме того, виновниками всех бед студенты считают *средства массовой информации (2%): кризис только в прессе, они бы не кричали – все было бы хорошо; Кризис в головах, в СМИ, надоели, целый день только одно и слышишь.*

Морбиальная метафора лидирует в качестве источника метафорической экспансии в субсфере «Человек» (10% ответов): кризис в сознании студентов ассоциируется с болезнью, это *эпидемия, нервозность, паранойя, моральная депрессия, отчаяние, суетливость, самоубийства, страх, паника, головная боль, постоянные ссоры.* Ср.: *Язва, от которой не просто избавиться; В кризис человек болен, он теряет себя как личность, он боится, что не может обеспечить семью; Кризис – это эпидемия свиного гриппа, т.к. о них говорят во всех СМИ.*

Исходная понятийная область «Природа» представлена следующими метафорическими моделями:

1. Метеорологическая метафора (6%). Кризис сравнивается с *природным катаклизмом, стихийным бедствием, молнией, осенью, серой и мрачной, темной, туманом.* Ср.: *Ясная погода, солнце светит, беззаботная жизнь... Вдруг темнота, серо, туман. Все неясно, ничего не видно. Люди в растерянности, им не ясно, как дальше выживать. Будущего ярко не предвидится – туман охватил все. Мировой экономический кризис – туман, но рано или поздно он рассеется!*

2. Зооморфная метафора. Образы животных наиболее традиционны в отечественной метафористике, поэтому ответы 6% опрошенных студентов отражают ассоциативные представления о кризисе как о *естественном отборе в природе, когда выживает сильнейший; ползающих червяках; крысах, бежущих с тонущего корабля; чудище с большим количеством щупалец, по которому стекаются деньги.* Ср. также: *Бежали-бежали неизвестно куда – и оп! – кризис. И, как страус, – голову в песок бух! И показали всем задницу.*

Субсфера «Артефакты» как источник метафорического осмысления действительности отмечена у 8% испытуемых. Здесь выделяются следующие модели:

1. Кризис - особого рода механизм. *Шлагбаум (остановка каких-либо процессов в стране); морозильная камера; якорь, заставляющий сидеть на месте; черно-белое кино; гиря, тянущая вниз; светофор, у которого всегда горит желтый свет, потому что при красном – пожар, при зеленом – свобода, а так – и не туда, и не сюда.*

2. Кризис – искусственно созданное препятствие: *яма-канавка, вырытая самими людьми. Перепрыгнуть не можем – широко, обойти не можем – длинная. Вот и приходится опускаться в эту яму, чтоб потом выбираться из нее; большой тоннель, в котором скопилось много людей: они думали, что идут к выходу, а оказалось – тупик; Кокон, из которого мы никак не можем выбраться.*

4. Метафора дома. Дом как важнейший культурный концепт в человеческой культуре издревле использовался как источник метафорической экспансии, поэтому в ответах студентов приводятся ассоциации, уподобляющие кризис *разрушенному дому, разграбленным домам в Чернобыле, домам без фундаментов; Пустой дом, из которого сбежали люди. А выход из кризиса респонденты видят в строительстве нового дома всем вместе, дружно, всей страной.*

3. Кулинарная метафора. Ср.: *Пересолили? Или пересластили? Хотели сварить варенье, а получили бурду типа браги; Кризис – это гречневая каша с тушенкой: брюхо сыто, но невкусно.*

Метафора, с одной стороны, субъективна (не случайно почти во всех анкетах испытуемых встречаются фразы *для меня, по моему мнению*, предваряющие ассоциации), но, с другой стороны, отражает бессознательное мировосприятие социума, формирующееся под влиянием национальной традиции и политической действительности. В соответствии с представлениями современной когнитивной семантики, метафорическое моделирование – это отражающее национальное самосознание средство постижения, рубрикации, представления и оценки действительности в народной ментальности. Поэтому результаты проведенного исследования дают возможность воссоздать картину того, как представляется мировой финансово-экономический кризис в языковом сознании российской молодежи.

Картина получилась достаточно мрачной, написанной в серо-черно-фиолетовых тонах, но... Есть в ней и штрихи яркой палитры. *Кризис – это возможность изменения; профилактика;*

разбор полетов; смех и анекдоты, юмор Задорного – это почва для увядания кризиса; Эту беду допустили люди, они же должны приложить все усилия, чтобы ее решить; Кризис – это встряска сознания общества, побуждающая пересмотреть свои вкусы и аппетиты. Спад всегда сменяется подъемом – и этот кризис не исключение. Все, что ни делается – к лучшему

© Суспицына И.Н., 2009

Сухарева О.Э.

Тюмень, Россия

ПОДХОДЫ К УБЕЖДЕНИЮ В ЗАПАДНОЙ КОММУНИКАТИВИСТИКЕ

Исследования, посвященные убеждению, позволяют расширить представления о его основных характеристиках.

Убеждение отлично от принуждения и совершается на основе отношений, мнений и ценностей. В результате убеждения мнения могут формироваться, укрепляться и изменяться. По Г. Миллеру, формы укрепления – это интенсификация (формирование осознанности); активация (переход от слов к делу); сдерживание (недопущение отступления от сформировавшегося мнения) [Miller 1980].

В составе аудитории, на которую ориентировано убеждение, могут быть различные категории людей – (А) неинформированные (Б) апатичные, (В) информированные: (В-1) информированные, но апатичные; (В-2) информированные и заинтересованные; (В-2а) сделавшие выбор; (В-2б) те, что не могут определиться с выбором; (В-2в) те, которые не намерены делать выбор. Формы убеждающего воздействия на эти группы существенно разные.

Существуют два основных современных подхода к убеждению – поведенческий и родовой.

Поведенческий подход лежит в рамках социальной психологии. В процессе убеждения присутствуют независимые (источник, сообщение, среда, аудитория, контекст) и зависимые переменные. Независимые переменные можно произвольно менять, а зависимые суть те, которые автоматически меняются с изменением независимых. Воздействие независимых на зависимые и считается объектом персуазивного исследования. В поведенческом подходе исследуется сравнение результатов вариаций в персуазивном дискурсе в контролируемых, а иногда в искусственных условиях.

Родовой («жанровый») подход нацелен на формулировку правил для персуазивного дискурса; он напоминает подход, основанный на систематизации здравого смысла. Основное допущение в нем – что ситуации убеждения похожи друг на друга, поэтому характеристики правил и ролей в них поддаются систематизации. Так, лидер движения протеста обычно должен рекрутировать сторонников, мобилизовать их к действию, находить финансовые средства, завоевывать сторонников среди посторонних и противостоять давлению оппонентов и властей.

Конкретные типы ситуаций накладывают собственные требования на раторов. В них имеются предсказуемые риторические проблемы, как общие (например, у лидеров движений протеста имеется, как и у других политиков, потребность донести свои идеи до разных типов аудитории), так и особенные (в отличие от других политиков – недостаток средств и меньшая легитимность).

Исследование риторических жанров связано как раз с типичностью риторических ситуаций и рекуррентностью в них речевых стратегий и тактик. Так, жанр политической апологии – ответа на обвинения в нарушении присяги – предполагает, что обвиняемый будет признавать лишь то, что должно быть признано, представлять себя как трагическую жертву обстоятельств, которые возникли не по его вине, напоминать аудитории обо всем хорошем, что он сделал и может сделать, обвинять в клевете обвинителей и указывать, какую выгоды они извлекают из его отставки.

Риторические жанры находятся в отношениях подчинения к Аристотелевым классам судебной, совещательной и церемониальной оратории; так, в судебной речи можно выделить защитительную и политическую апологию. Помимо этого, по признаку количественного состава аудитории можно разделять апологию в средствах массовой информации и апологию в условиях живого общения.

Различия между поведенческим и родовым подходами существенны.

В поведенческом обычно осуществляются эксперименты, в родовом изучаются сообщения.

В поведенческом в исследовательских целях изолируются переменные в сообщениях, а в родовом исследуется то, как они соединяются для образования паттернов.

В поведенческом устанавливаются различия в переменных сообщениях, которые существенны в смысле воздействия на

разные аудитории; в родовом отыскиваются сходства в риторических паттернах риториков с однотипными ролями в однотипных ситуациях.

В поведенческом фокус интереса – аудитория, в родовом – ритор.

В поведенческом имеет место ориентация на законы, в родовом – на правила.

© Сухарева О.Э., 2009

Тагильцева Ю.Р.

Екатеринбург, Россия

«МОЛОЧНЫЙ КОНФЛИКТ» МЕЖДУ РОССИЕЙ И БЕЛОРУССИЕЙ В ОСВЕЩЕНИИ СМИ: ОТ ВОЙНЫ К МИРУ

В июне 2009 года в СМИ прокатилась очередная взрывная информационная волна, связанная с внезапным «молочным конфликтом», разгоревшимся между некогда братскими республиками – Россией и Беларуссией. В памяти сразу же всплыли печальные воспоминания о грузинском и молдавском вине, латвийских шпротах. И все стали ждать, чем все это закончится.

В данной работе мы не будем освещать все политические перипетии, возникшие в российско-белорусских отношениях. Нас прежде всего будет интересовать способ подачи «молочного конфликта» в СМИ: преобладающая тональность высказывания, авторская позиция и речевые способы ее выражения.

Итак, в период разгара конфликта в российских официальных СМИ появились заявления типа «молочная война», «молочный конфликт», «конец российско-белорусским отношениям». Кстати и оказался давно уже приклеившийся к президенту Белоруссии А. Лукашенко штамп «батька», отсылающий таким образом к казачьему «батька-атаман». Подобные высказывания, как мы видим, относятся к военной лексике, что свидетельствует о серьезности сложившейся ситуации. Но вот тональность подобных публикаций отличается суровой, порой настораживающей сдержанностью: нет каких-либо истерико-патриотических заявлений, надрывов, да и сами авторы в официальных СМИ не дают каких-либо комментариев и сдерживаются от оценок.

Совсем по другому обстоит дело в независимых российских и зарубежных СМИ. Российская независимая пресса заняла роль не просто зрителя, пытающегося понять причинно-следственные связи возникшего конфликта, но и ироничного, порой едкого критика. Так, статья Ильи Мильштейна «Отучение

от батькиных сосков», опубликованная в «Гранях.ру», пропитана горькой иронией относительно сложившейся ситуации. На лексическом уровне постоянно встречаются:

1) оценочные эпитеты:

Теперь настало время твердых цен и нескончаемого крика.

Батяка продавал свою верность славянскому братству по цене дешевых энергоносителей и дорогих кредитов, которые никогда не собирался отдавать, ссылаясь на бесценный щит, который спасал Россию от европейских оккупантов.

Лукашенко не пугают российские санкции, поскольку он навидался уже этих санкций и от всей души презирает неразумных старших братьев.

...в левом углу - разозленный слон, в правом - рассвирепевшая моська...

2) определения, выраженные через перифраз:

Позже наступила невнятная эпоха отделения мух от котлет, когда Лукашенко было предложено возглавить Белорусскую автономную область в составе РФ, а он страшно кричал и не соглашался.

Или «чистые» перифразы:

Санитарный врач сказал в морг - значит в морг.

4) аллюзии, отсылающие к известной басне И.А. Крылова «Слон и моська», что опять же свидетельствует обо всей несурности сложившейся ситуации:

Бой в самом разгаре, в левом углу - разозленный слон, в правом - рассвирепевшая моська, это довольно смешно, но запасаться попкорном как-то не хочется.

5) военная терминология, пронизанная иронией:

С одной стороны, все уже было, в том числе и угрозы батяки вести партизанские бои против российских агрессоров. С другой стороны, все наши доктора, начиная с Медведева и Кудрина, выступают так уверенно, словно торговая война с Минском до победного конца - дело уже окончательно решенное. Или он шлет посольство к южным осетинам - или пусть гибнет в неравной борьбе с Онищенко.

... Бой в самом разгаре...

И заканчивается эта статья горьким авторским размышлением: то ли больно от всей сумятицы, то ли стыдно за действия правительства:

То ли больно, то ли стыдно за этих братьев Кличко.

Да и сами заголовки статей говорят достаточно иронично о непрочности кровных российско-белорусских узах:

«Молочные братья на грани развода», «Отучение от батькиных сосков».

Зарубежная пресса заняла несколько иной угол освещения «молочной» проблемы. В действиях России усматриваются нередко деяния зоркого, порой даже ревнивого старшего брата, который старается наказать ослушавшегося младшего братика и запрещает ему общаться с другими:

Эллен Барри из The New York Times приводит мнение белорусских политиков, которые считают, что «Россия наказывает их за невыполнение приказов».

Москва с тех пор недовольна регулярным заигрыванием Лукашенко с Западом.

Нередко возникает образ России-агрессора, стремящегося покорить «слабых»:

Корреспондент Reuters Дмитрий Соловьев, Россия, вторая страна мира по объемам экспорта нефти и третья страна по объемам золотовалютных резервов, пытается использовать экономический кризис для давления на своих более слабых соседей.

Корреспондент Associated Press Стив Гуттерман напоминает слова Лукашенко о том, что Россия хочет подчинить себе белорусскую промышленность и нарушить суверенитет Белоруссии. Он говорил о своей стране как о потенциальной «второй Чечне», как пишет Гуттерман.

Более того, этот образ подкрепляется историческими параллелями, отсылающими к советскому прошлому России: держать всех в страхе и во всем подозревать:

Запрет на ввоз белорусской молочной продукции в Россию – серьезный удар по стране, экономика которой «по-прежнему управляется в советском стиле».

Тони Халпин из The Times напоминает, что у России богатый опыт обнаружения угрозы здоровью потребителя в продуктах, производимых политически неблагонадежными странами: Грузией, Молдавией, Украиной, Польшей.

Подобные высказывания, конечно, не способствуют укреплению политического имиджа России и Белоруссии, которые отчасти сами дали повод в очередной раз продуцировать закрепившиеся в европейском сознании стереотипы, связанные с

экономической и политической нестабильностью и неблагополучием обеих стран.

С момента спада накала страстей в СМИ наблюдается умеренная аналитичность, что скорее всего свидетельствует о стремлении понять случившееся, дать объяснения, расставить все на свои места и постараться прийти к некоему консенсусу. Поэтому в статьях по мере уменьшения остроты конфликта лексика становится более сдержанной, нейтральной.

Выявленная динамика свидетельствует о том, что печатные СМИ, близкие к официальным кругам обеих стран, в период обострения конфликта вольно или невольно накаляют страсти, изобличая «врага», давая жесткую категоричную оценку происходящему. Независимые же издания, не впадая в крайности, пытаются оценить сложившуюся ситуацию, причем в анализе постоянно сквозит ирония. Это связано с очевидным для большинства читателей несоответствием незначительности повода и нагнетанием «милитарной» риторики по мере обострения конфликта, которое обнажает характерные механизмы «информационных войн». Примечательно то, что, несмотря на активные попытки воздействия на общественное мнение с обеих сторон, в Интернет-форумах эта тема обсуждалась также преимущественно в ироническом ключе, без чрезмерной агрессии и пристрастия.

© Тагильцева Ю.Р., 2009

Тихонова С.А.

Омск, Россия

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ЗЛА В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ РОССИИ И США

Анализ политических концептов является одной из наиболее актуальных задач политической лингвистики. Мы полагаем, что в современных условиях особое значение приобретают проблемы применимости моральных оценок к политическим действиям. Поэтому, как представляется, концепты *зло* и *evil* можно считать ключевыми для современной российской и американской политической картины мира, репрезентируемой, прежде всего, национальным политическим дискурсом.

В ходе проведенного исследования было выявлено, что этические концепты *зло* и *evil* при функционировании в политическом дискурсе дополняют имеющиеся национально-культурные особенности признаками, обусловленными совре-

менной политической ситуацией в стране, курсом внешней политики, общими тенденциями развития человеческой цивилизации.

Концепты *зло* и *evil*, функционирующие в политическом дискурсе, являются мегаконцептами, объединяющими определенный набор частных концептов. В качестве совпадающих в двух культурах выступают концепты *терроризм, экстремизм, политический режим, власть, политические выборы, война, коррупция, негативные экономические процессы, негативные социальные процессы, наркотики и моральное зло*. Специфическими частными концептами в русской политической картине мира являются *государство, законы, преступность, реформы, бизнес, чужие культурные традиции, в американской – торговля людьми*.

При описании концептуализации зла были рассмотрены три составляющие концептов: понятийная, образная и значимостная.

Понятийная составляющая концептов представлена через фреймовую структуру, сконструированную на основе теории семантических ролей, поскольку зло в дискурсе описывается через ситуацию «причинение зла». При совпадении структуры фрейма (общего набора слотов) различия обнаруживаются в характере их вербальной репрезентации в русских и американских СМИ. Сопоставив содержание всех слотов фреймовой структуры мегаконцептов *зло* и *evil*, мы пришли к выводу о том, что данные концепты имеют общие концептуальные признаки, обусловленные особенностями политического климата современного мира – терроризмом и политико-религиозными конфликтами. Однако в ходе исследования выявлено немало отличий в признаках концептов, отражающих специфические факторы, наиболее значимые в период 2001-2006 годов для конкретной страны. Для США – это война в Ираке и позиция политических партий, для России – действия властей, коррупция, экономические проблемы, неблагоприятный социальный климат в стране.

Анализ политического дискурса позволяет определить особенности концептуализации зла в России и США. В обеих лингвокультурах зло концептуализируется как ситуация, при которой целью отдельных политических деятелей является причинение психологического и физического вреда обществу. Как для русских, так и для американцев причинами данных действий

являются как субъективные факторы, так и объективные. Общими результатами для обеих стран являются межэтнические конфликты, сопровождающиеся политическими, экономическими, людскими потерями. Данная ситуация как в российском, так и в американском дискурсе рассматривается в качестве стимула к объединению усилий государственных деятелей и служб, общества в целом, отдельных государств и международных организаций для ответных реакций на совершенное зло. Характер ответных действий русских и американцев (мирные или насильственные) находится в прямой зависимости от источника зла.

Образная составляющая выявляется в процессе анализа концептуальных метафор политического дискурса. Именно рассмотрение метафорических моделей способствует выявлению особенностей объективации абстрактного феномена зла в различных конкретных образах, отображающих универсальное и специфическое в восприятии зла национальным сознанием. В качестве общего способа репрезентации исследуемых концептов используются метафорические модели «зло – военный противник», «зло – растение», «зло – вещество», «зло – страна». Также выделены метафорические модели, отражающие особенности национального характера. Так, американцы более расположены рассматривать зло как реальный объект в отличие от русских, которые нередко изображают зло в виде сверхъестественного существа.

Значимостная / ценностная составляющая концептов указывает на их место в современной картине политического мира. Зло является общечеловеческой антиценностью, оппозицию которой составляет добро. Концепты **зло** и **evil** в настоящее время приобрели большое значение в связи с изменениями культурных, национальных, религиозных и политических факторов. Это проявляется не только в значительной словообразовательной продуктивности и большом количестве лексико-семантических вариантов лексем-имен концептов, но и в создании идеологем («evil empire»/ «империя зла» и «axis of evil»/ «ось зла»), в частом использовании имени концептов для психологического воздействия и манипуляции обществом.

В заключении отметим, что не только национальный язык, но и политический дискурс накладывает определенные особенности на способы концептуализации зла.

© Тихонова С.А., 2009

Филатова К.Л.

Екатеринбург, Россия

**СЛОВА ПРЕЗИДЕНТА: К ВОПРОСУ
О ЯЗЫКОВОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ НИКОЛЯ САРКОЗИ И СО-
ВРЕМЕННОГО ФРАНЦУЗСКОГО ОБЩЕСТВА**

К особенностям национальной политической жизни, на наш взгляд, следует отнести специфику взаимодействия речи наиболее заметных политических деятелей государства и языка народа. Составляя языковую характеристику взаимодействия системы «политический деятель – общество», необходимо учитывать такие параметры, как: а) оценку риторических стратегий политического деятеля (в СМИ, со стороны лингвистов, по материалам опросов общественного мнения, в блогосфере и т.д.); б) выражения политического деятеля, вошедшие в современный разговорный язык, подхваченные народом цитаты; в) устоявшиеся в языке ассоциации с политическим деятелем, меткие характеристики, сказанные в его адрес, номинативная сфера, к нему применимая; г) шутки, анекдоты, песни, пародии, языковая игра, в которой задействованы аллюзии на слова политического деятеля; д) собственно языковой портрет политического деятеля, качественная и количественная характеристика его речи в соотношении с литературными и разговорными нормами государственного языка.

Французы знамениты в Европе, с одной стороны, своим неподдельным интересом к политике, и с другой стороны, – трепетным, сродни пуризму, отношением к французскому языку. Французские правители – генерал де Голль, Валери Жискар д'Эстен, Франсуа Миттеран, Жак Ширак – всегда обладали отличительным стилем, о котором до сих пор бытуют стереотипные представления.

Речь нынешнего Президента Республики Николя Саркози вызывает особо бурную полемику в силу нарочитой вольности его стиля: многократно подчёркиваются регулярные опущения отрицательной частицы «не», несоблюдение согласования времен, вальяжный переход на «ты», просторечный синтаксис («Si y en a que ça les démange d'augmenter les impôts... »; «On se demande c'est à quoi ça leur a servi?»), фонетическая небрежность («ch'ai pas», «chui», «m'enfin», «M'ame»). Эта чрезмерная вольность достигла апогея во фразе «casse-toi alors, pauvre con», произнесенной в феврале 2008 года в адрес посетителя Аграрной выставки, который отказался пожать Президенту руку.

Особенностям выражения Президента посвящена книга известных лингвистов Луи-Жана Кальве и Жана Верони «Les mots de Nicolas Sarkozy», в которой на основании детального анализа более трёхсот речей Николя Саркози делается вывод: пообещав политический разрыв с прошлым, он произвёл разрыв языковой («Il avait promis une rupture politique. Elle fut surtout linguistique.»). Кальве использует термин «popu de droite», «популизм правых», применительно к речи Президента. Интересно отметить, что при всей этой массивной критике, специалисты как в области языка, так и в области политики признают, что Николя Саркози крайне эффективно решает риторические задачи: его язык – это крайне жёсткий и точный инструмент (Жан-Мари Руар, член Французской Академии), «в этом сила Николя Саркози: он плохо говорит по-французски, но он говорит с французами» (депутат от социалистов Пьер Московиси в интервью газете Libération).

Среди «крылатых» выражений, вошедших в современный французский язык благодаря Николя Саркози, ещё в бытность его министром внутренних дел, стоит упомянуть такую печально известную метафору, как «nettoyer au Kärcher» (использовано в отношении квартала де ла Курнёв, Сена-Сен-Дени); также после выступлений Саркози в Аржантёй (октябрь 2005) в СМИ зазвучало слово «gacaille». Впоследствии в прессе озвучивалась версия о том, что уличные погромы во французских предместьях были в какой-то степени спровоцированы специфическим вокабуляром Н. Саркози (см. заметку "Sarkozy juge que «gacaille» est «un peu faible»" в L'Humanité 21 ноября 2005); в своих ответах на вопросы читателей Parisien 13 декабря 2005 года («Как Вы относитесь к терминам, которые Николя Саркози использует применительно к молодёжи?») президент Жак Ширак был вынужден сказать: «Очевидно, что в политике выбор слов является ключевым. ... Не существует подразделения французов на категории [такие, как gacaille – прим. К. Ф.]. ... И когда человек совершает правонарушение или преступление, это правонарушитель или преступник. Это говорит закон. Эти термины следует использовать. Это и есть Республика».

Представляется, что детальное описание расхожих фраз, автором или популяризатором которых в современном французском языке явился Николя Саркози, должно сопровождаться лингвострановедческим и политологическим комментарием, ибо

непосредственное влияние дискурса Президента на политическую жизнь страны довольно велико.

Réponses de M. Jacques CHIRAC, Président de la République, aux 50 questions posées par les lecteurs du "Parisien". Paris - Mardi 13 décembre 2005.
http://www.elysee.fr/elysee/francais/interventions/interviews_articles_de_presse_et_interventions_televisees./2005/decembre/reponses_du_president_de_la_republique_aux_50_questions_posees_par_les_lecteurs_du_parisien.35687.html

© Филатова К.Л., 2009

Фокина О.В.

Москва, Россия

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫЕ ИГРЫ В МЕДИА-ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Одним из отзывов на стандартность «деревянного языка» советской эпохи стала карнавализация медиа-политического дискурса постсоветского периода. В политической публицистике применяются разнообразные способы карнавализации: использование «масок», метафоризация (в частности, использование таких социоморфных метафорических моделей, как «Политика – это театр (зрелище, игра)»), стёб, языковая игра, стилистическое снижение идеологически нагруженных текстов; междискурсные смешения и включение в текст субстандартных компонентов.

Одним из наиболее ярких способов карнавализации медиа-политического дискурса на рубеже XX-XXI вв. стало использование интертекстуальных включений в качестве материала языковой игры (трансформации чаще происходят путем лексической замены компонентов интертекстемы). При этом интертекстемы, восходящие к текстам идеологического, политического дискурса подвергаются пародийному снижению в первую очередь. Наиболее активно в создании карнавальной модели политического пространства современной России участвуют интертекстемы, которые по происхождению можно классифицировать следующим образом:

1. Государственный гимн СССР, «Интернационал», идеологизированные песни советской эпохи: *«И Путин великий нам лень озарил»* («Вечерний Клуб» 20.11.03); *«Маевроди великий им путь озарил»* («Русская жизнь» 19.11.08); *«...И Путин великий нам путь озарил»* («Иная газета» 28.01.09), ср.: «И Ленин великий нам путь озарил» (Гимн СССР); *«Буксует разум*

возмущённый) («Политический журнал» 24.02.04); «**«Бяки» и «буки» нас злобно гнетут Непрерывающаяся череда выборов довела до совершенства «черные технологии» в Свердловской области**» («Независимая газета» 08.04.00), ср.: «Тёмные силы нас злобно гнетут» («Варшавянка»); **«Если завтра дефолт»** («Политический журнал» 19.07.04), («Если завтра война»).

2. Цитаты из произведений классиков марксизма-ленинизма, политические афоризмы: **«Призрак бродит по России. Рецессии в нашей экономике пока нет, но темпы роста сильно замедляются»** («Новые известия» 04.12.08); **«Призрак» Пикалева ходит по российским регионам** (Новые известия» 22.06.09), ср.: «Призрак бродит по Европе, призрак коммунизма» («Манифест Коммунистической партии»); «Владемир Путин **как зеркало русской литературы**» («Коммерсантъ» 17.02.07); «**«Народ напуган, силы раздроблены, но мы не балансируем, а нацелены на смену режима», – резюмировал Михаил Касьянов в роли нового зеркала русской революции**» («Коммерсантъ» 20.10.06), ср.: «Лев Толстой как зеркало русской революции» (В.И. Ленин); **«Строили город-сад, а получилось как всегда»** («Известия» 10.10.08), ср.: «Хотели как лучше, а получилось как всегда» (В.С.Черномырдин); **«И примкнувший к ним Терминатор»** (А. Шварценеггеру присвоен титул графа) («Комсомольская правда» 24.11.05), ср.: «И примкнувший к ним Шепилов».

3. Лозунги и слоганы: **«Голосуй сербством. Сербские националисты запаслись к выборам общественным мнением»** («Коммерсантъ» 19.01.07), ср.: «Голосуй сердцем!» – слоган предвыборной рекламы Б. Ельцина.

4. Художественная литература: **«Смотрите, завидуйте: я – гражданин»** («Метро» 07.11.06) (В. Маяковский); **«Большой вопрос, должен ли наш чистый, благородный Никита Белых идти к этой леди Макбет Лубянского проезда»** («Коммерсантъ» 18.12.06), ср.: «Леди Макбет Мценского уезда» (Н. Лесков); **«Когда власти не могут решить вопросы и работают как лебедь, рак и щука, то это не может не влиять на жителей»** («Амурская правда» 20.02.09), ср.: «Лебедь, рак и щука» (И. Крылов).

5. Песни, кинофильмы: **«Куда уехал ЦИК»** («Метро» 07.11.06), ср.: «Куда уехал цирк?»; **«Идет война билбордная... <...> в Москве демонтированы более ста билбордов с портре-**

тами депутата Александра Лебедева» («Комсомольская правда» 11.07.07), ср.: «Идёт война народная» («Священная война»); «**А вас, м-р Путин, мы просим остаться**» («Метро» 12.02.07), ср.: «А Вас, Штирлиц, я попрошу остаться» (х/ф «Семнадцать мгновений весны»); «Выборы: **перезагрузка**» («Эксперт» 19.03.07), ср.: х/ф «Матрица. Перезагрузка».

6. Сакральные тексты. «**Австралия отделила зерна от премьера. Джон Говард не замешан в скандале с поставками пшеницы в Ирак**» («Коммерсантъ» 28.11.06), ср.: «отделить зерно от плевел».

Значительно меньше в медиа-политическом дискурсе распространены такие приёмы карнавального снижения как междискурсное смешение и включение стилистически сниженной лексики и жаргона в состав интертекстуального фрагмента: 1) «**Иногда лучше жевать, чем говорить**. Перевод на русский язык избранных речей областных чиновников» («Правда Северо-Запада» 05.10.05); «**Что касается событий в Украине, то они в очередной раз показали, что иногда лучше жевать, чем говорить**» («Сейчас» 10.07.09) – в игровых целях взаимодействуют медиа-политический и рекламный дискурсы; 2) «**Оказалось, что «устроить кондопогу» можно не только рыночным торговцам в отдельно взятом северном городе, но и целому государству. Хуже всего, что склонность к этой гопнической философии проявило и высшее руководство России: вся внешняя политика страны теперь укладывается в емкую и примитивную формулу «Мы вас шавками закидаем!»**» («Акция» 16.10.06).

Интертекстуальная игра усиливает субъективизацию медиа-политического дискурса, в большинстве случаев служит способом косвенного выражения пейоративной оценки.

© Фокина О.В., 2009

Фоминых С.С.

Челябинск, Россия

ПЕРСУАЗИВНЫЕ РИТОРИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА В ПОЛИТИЧЕСКИХ ПЛАКАТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ПЛАКАТОВ ГДР)

Потенциальной воздействующей силой обладают все риторические фигуры, тропы, средства образности. В отечественной науке проблема эффективной, целесообразной, воздействующей, убеждающей речи традиционно изучается в рамках

стилистики и лингвистики текста без использования термина «персуазивность». В зарубежной лингвистике этот термин вошёл в активный научный оборот в 1970-1980-е гг., будучи привнесённым из разработок по социальной психологии и теории массовой коммуникации. Персуазивность можно рассматривать как потенциальный прагматический смысл отдельных языковых единиц [Чернявская 2006: 29]. Риторические средства являются распространённым, типичным средством реализации персуазивности в политических плакатах как на вербальном, так и визуальном уровне. Докажем данный тезис на примере политических плакатов ГДР.

В исследуемом корпусе содержится 366 политических плакатов ГДР с 1945 по 1970 года. В данном корпусе можно выделить следующие основные тематические категории: государственная пропаганда (53,2%), движение за мир (29,6%), плакаты с изображением политического врага (4,6%), другие плакаты (12,6%). Существует целый ряд лингвистических явлений – и лексического, и грамматического, и стилистического уровней языка, обладающих сильным воздействующим потенциалом и способных выдвигать те или иные связанные с ними смыслы в центр внимания. Это такие языковые единицы, в семантике которых заключена положительная оценочность, например: Arbeit, Aufbau, Frieden, Einheit; einheitlich, gemeinsam, friedliebend, groß и т.п. Усилению позитивного признака способствуют прилагательные die besten, наречия einzig, niemals, nie и др. В качестве иллюстрации приведем несколько примеров. *Wie ein Dieb in der Nacht. So verlässt er sein Vaterhaus – die deutsche demokratische Republik.* Беженец из ГДР сравнивается с вором, который, получив образование, тайно покидает страну. *Das alte Rattenfängerlied beim deutschen Volke nicht mehr zieht...* На плакате изображен человек, который играет на флейте, и плакат с надписью «Auf zum neuen Krieg» Метафора основана на сближающем признаке втягивания в войну и сюжетом сказки Э.Т.А. Гофмана «Мышиный король». В следующих примерах в качестве персуазивного риторического средства используется рифма: «*Sein Süppchen ist schon angebrannt, Soll ganz Europa brennen? Der Koch hat die Verführerhand, Die wir von Hitler kennen.*» «*Zwischen Deutschen eine Mauer Neue Trümmer, neue Trauer, Neuen Krieg will Adenauer.*» «*Der Aufbau geht so schnell voran, dass keine Lüge folgen kann.*»

Поскольку плакат является креолизованным типом текста, рассмотрим, с помощью каких визуальных риторических фигур в плакатах реализуются невербальные средства персуазивности. Гуи Бонсип выделяет целый ряд визуально-вербальных риторических фигур на семантическом, синтаксическом, прагматическом уровне. Вот некоторые из них: визуально-вербальное сравнение, визуально-вербальная аналогия (вербальный денотат используется параллельно с визуальным денотатом), визуально-вербальная метонимия (выраженный вербальным знаком денотат выражается визуально с помощью знаков, денотаты которых связаны с вербальными денотатами – например, причина вместо действия, инструмент вместо деятельности), визуальная синекдоха (вербально выраженный денотат находит выражение на визуальном уровне таким образом, что часть означает целое или наоборот) и т.д. [цит. по Arnold 2007: 17].

На большом количестве плакатов (17%) мы встречаем разновидность метонимии – синекдоху. Визуальная синекдоха, например, представлена в политическом плакате ГДР, где изображена рука рабочего с молотком в руке, который направлен на черного ворона с изображением лица политического врага. На многих плакатах изображение одного человека обозначает многих людей, изображение одного рабочего на плакате соотносится с рабочим классом. Таким образом, целое выражается частью (*pars pro toto*). Визуально-вербальное сравнение встречается на плакате с надписью «Dem Frieden die Freiheit», где изображён белый голубь, который вылетает из-за решётки. Сравнение, начатое с помощью вербальных знаков продолжается визуальными знаками. На плакатах встречаются метафоры, которые выражены только визуально. Rias (Rundfunk im amerikanischen Sektor), радиостанция в Западном Берлине, сравнивается с помощью вербальных знаков с ядом (Gift), а с помощью визуальных знаков – с ракетами.

Перечисленные вербальные средства являются традиционно риторическими фигурами – их перечень не претендует на полноту. В реализации персуазивных установок особую роль играют различные визуально-вербальные риторических фигуры.

ЛИТЕРАТУРА

Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учеб. пособие/ В.Е. Чернявская. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 136 с.

Arnold, Judith (2007b): Das Abstimmungsplakat als deliberative Redegattung Begründung der klassischen Rhetorik als text- und bildanalytischer Zugang. Zürich, 24.02.2007 <http://www.arsrhetorica.ch/Abstimmungsplakate-03.pdf>

© Фоминых С.С., 2009

Халатян А.Б.

Ставрополь, Россия

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ

1. Многочисленные исследования речевого общения, в том числе и в рамках персуазивного дискурса, подтверждают, на наш взгляд, предположение о том, что «речевая коммуникация – это стратегический процесс, базисом для него является выбор оптимальных языковых ресурсов» [Иссерс 2008: 10]. В монографии «Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации» А.П. Чудинов рассматривает коммуникативную стратегию как «планирование в максимально обобщенном виде», коммуникативную тактику – как «конкретные способы реализации стратегии» [Чудинов 2003: 48]. О.Л. Михалёва под коммуникативной стратегией понимает «план оптимальной реализации коммуникативных намерений, учитывающий объективные и субъективные факторы и условия, в которых протекает акт коммуникации и которые, в свою очередь, обуславливают не только внешнюю и внутреннюю структуру текста, но и использование определенных языковых средств» [Михалёва 2009: 45]. Для реализации выбранной коммуникативной стратегии используется определенный набор тактик, или конкретных этапов, предопределенных «интенцией говорящего», эксплицированных «совокупностью приемов, обуславливающих применение языковых средств» [ibid.]. О.Н. Паршина считает, что при рассмотрении причин, предопределяющих выбор коммуникантом речевых стратегий, следует учитывать конечную цель коммуникации, которую ученый понимает как «прогнозируемое искомое, как представление о результате, который должен быть достигнут по отношению к адресату» [Паршина 2007: 11].

2. Для изучения особенностей реализации коммуникативных стратегий в политическом дискурсе на основе методики случайной выборки нами было выделено по три текста предвыборных выступлений кандидата на пост президента нашей страны от партии «Единая Россия» Д.А. Медведева и кандидата на

пост президента США от демократической партии Б.Х. Обамы. Все речи были произнесены коммуникантами во время президентских кампаний 2008 года, что свидетельствует о единстве тематической направленности отобранных текстов и идентичности коммуникативных интенций политиков. В настоящей работе мы опираемся на предлагаемую О.Н. Паршиной систему классификации коммуникативных стратегий и тактик, как наиболее релевантную целям нашего исследования.

3. Проанализировав тексты выступлений, мы обнаружили, что к числу наиболее частотных коммуникативных тактик, представленных в текстах выступлений российского политика, относятся: тактика отождествления, тактика солидаризации с адресатом, обеспечивающие реализацию **стратегии самопрезентации**; тактика признания существования проблемы, тактика акцентирования положительной информации, тактика разъяснения, тактика рассмотрения проблемы под новым углом зрения, тактика указания на путь решения проблемы, являющиеся специализированными в использовании коммуникантами информационно-интерпретационной стратегии; тактика единения, тактика обращения к эмоциям адресата, тактика учета ценностных ориентиров адресата являются специфическими способами реализации стратегии формирования эмоционального настроения адресата (по мнению автора, коммуникативная стратегия формирования эмоционального настроения адресата, так же, как и информационно-интерпретационная стратегия, относятся к **стратегиям удержания власти**); тактика контрастивного (сопоставительного) анализа и тактика указания на перспективу реализуют аргументативную стратегию, которая рассматривается как **стратегия убеждения** адресата.

4. В текстах предвыборных выступлений Б.Х.Обамы нами выявлены речевые маркеры реализации следующих стратегий и тактик: тактики отождествления, тактики солидаризации с адресатом, тактики оппозиционирования (**стратегия самопрезентации**); тактик, являющихся специализированными в использовании коммуникантами стратегии дискредитации и нападения – тактики обвинения, тактики оскорбления; демагогических приемов и манипулятивных тактик, составляющих содержание манипулятивной стратегии; тактики оспаривания, тактики критики (специализированных в реализации стратегии самозащиты). В соответствии с рассматриваемой системой классификации речевых стратегий и тактик, стратегию дискредитации и нападе-

ния, стратегию самозащиты и манипулятивную стратегию следует рассматривать как **стратегии борьбы за власть**. Специализированные тактики, обеспечивающие реализацию информационно-интерпретационной стратегии и стратегии формирования эмоционального настроения адресата (стратегии удержания власти) представлены в полном объеме. Для реализации **стратегии убеждения** адресата Б.Х. Обама использует как тактики контрастивного (сопоставительного) анализа и тактики указания на перспективу, реализующие аргументативную стратегию, так и тактику обещания и призыва, характерные для агитационной стратегии.

5. Выделив и сопоставив комплекс коммуникативных стратегий и тактик, использованных политиками в рамках дискурса кампании по выборам президента в США и России, мы можем проследить как общие тенденции в планировании коммуникативных намерений, так и специфические особенности организации исследуемых дискурсов. Наряду с речевыми стратегиями, выбор которых кажется ожидаемым (учитывая конечную цель коммуникации и условия, в которых были осуществлены исследуемые коммуникативные акты), мы обнаружили и тот факт, что, баллотировавшись на пост президента, оба коммуниканта используют стратегии удержания власти, причем в арсенале стратегий и тактик, реализованных будущим президентом России (в отличие от американского кандидата), речевых маркеров стратегий борьбы за власть не выявлено. Подобный выбор объясняется, на наш взгляд, дискурсивными особенностями президентских кампаний и может рассматриваться как обладающий манипулятивным потенциалом имплицитный прием «демонстрации силы», способствующий достижению прогнозируемого результата.

ЛИТЕРАТУРА

Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008.

Копнина Г.А. Речевое манипулирование. М.: Флинта – Наука, 2007.

Михалёва О.Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.

Паршина О.Н. Российская политическая речь: Теория и практика/ Под ред. О.Б. Сиротининой. Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Издательство ЛКИ, 2007.

Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000): Монография / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2001.

Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: Монография / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2003.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Москва; Волгоград, 2000.

Источники фактического материала

Медведев Д.А. Выступление на II Общероссийском гражданском форуме, 22 января 2008 года, Москва, Манеж. [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа:– http://www.medvedev2008.ru/performance_2008_01_22.htm

Медведев Д.А. Выступление на совещании о реализации приоритетного национального проекта «Доступное и комфортное жилье – гражданам России» в Уральском федеральном округе, 16 января 2008 года, Тюмень. [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: – http://www.medvedev2008.ru/live_press_01_16_hab.htm.

Медведев Д.А. Выступление на всероссийском форуме промышленников и предпринимателей «Инвестиционная политика и региональное развитие», 31 января 2008 года, Краснодар. [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: – http://www.medvedev2008.ru/performance_2008_01_31.htm.

Barack Obama. Rebuilding Trust with New Orleans: New Orleans, LA | 7 февраля 2008. [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: – <http://blogs.suntimes.com/sweet/>

Barack Obama. A Serious Energy Policy for Our Future: Las Vegas, NV | 24 июня 2008;

[Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: – <http://blogs.suntimes.com/sweet/>

Barack Obama. A More Perfect Union: Philadelphia, PA | 18 марта 2008

[Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: – <http://blogs.suntimes.com/sweet/>

© Халатян А.Б., 2009

Хренова А.В.

Новокузнецк, Россия

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕПТОВ

ПРЕЗИДЕНТ И PRESIDENT

В центре рассмотрения данной работы находятся концепты *президент* и *president* в русской и английской концептосферах. Под концептом вслед за М.В. Пименовой мы понимаем «совокупность признаков, представляющих фрагмент мира или часть такого фрагмента», обладающий определенной концептуальной структурой» [Пименова 2002 :131], в которую входят мотивирующие, понятийные, образные, ценностные и символические признаки [Пименова 2007: 14].

В ходе историко-этимологического анализа представилось возможным выявить четкую взаимосвязь мотивирующих и понятийных признаков концептов *президент* и *president*. Ключевым словом для их понимания, выделения мотивирующего признака, послуживших основой для дальнейшего формирования понятийных признаков, является глагол *praesideo*, а отнюдь не само существительное *praesidēs*. Также, если рассматривать *praesidēs* как сумму значений глагола *sedeo* и приставки *pre-*, получаем «впереди сидящий» и «председательствующий», что вовсе не объясняет употребление глагола *praesideo* в выражении *praesideo exercitum* - командовать армией, *praesideo rebus urbanis* – ведать городскими делами, *praesideo Pannoniam* – командовать войсками Паннонии, *urbi/agros suos praesideo* – защищать город/свою деревню [Дворецкий 1996: 611] или появления таких понятийных признаков как спортивный судья/ответственный за проведение соревнований в английском языке, глава государственных органов власти и т.д.

В Древнем Риме на заседаниях сената, центуриатных и трибунных комициях (комиция – собрание граждан), проходивших в специальных сенатских помещениях, куриях или храмах, председательствовать и руководить прениями имели право исключительно курульные магистраты. В пространственном отношении они занимали места на трибунале в курульных креслах в начале или конце широкого центрального прохода, разделяющего лавки с сенаторами (или членами народного собрания, в случае, если речь идет о комициях). При голосовании собравшиеся переходили с одной стороны на другую, в зависимости от того, где находился человек, вынесший предложение на голосование [Taylor 1969: 533]. Курульные магистраты, к которым относились консулы, преторы, цензоры и курульные эдилы представляли собой особую

категорию должностных лиц исполнительной ветви власти. В их должностные обязанности входило: проведение воинского набора, командование армией, руководство заседаниями сената и народных собраний, выдвижение проектов законов, составление государственного бюджета, заключение финансовых соглашений от имени государства, организация народных зрелищ и игр [Большая энциклопедия Кирилла и Мефодия 2007].

Таким образом, если соотнести понятийные признаки концептов *президент* и *president* в русской и английской концептосферах с обязанностями курульных магистратов, то окажется, что данные концепты включают в себя практически все функции, свойственные высшим должностным лицам в Древнем Риме:

- 'глава государства' (функция консулов, возглавлявших Римскую республику): *Владимир Путин внес в Госдуму законопроект, способствующий осуществлению общественного контроля за соблюдением свободы слова в СМИ* (РГ, 13.10.2005), *The executive power shall be vested in a President of the United States of America. He shall hold his office during the term of four years* (Constitution of U.S. II. §1, 1789);

- 'глава административно-территориального образования' (функция претора): *Парламент Калмыкии утвердил кандидатуру Курсана Илюмжинова на пост президента республики* (РГ, 24.10. 2005 г.), *The case recently brought by Mr. Sergeant Rough, late President of the colony, before the Privy Council* (Times, 3.06.1823);

- 'Верховный главнокомандующий' (функция консула/претора): *Все эти новинки придут в армейский строй лишь после того, как их утвердит Верховный главнокомандующий* (РГ, 4.02.2009 г.), *At the top of the defense effort is, of course, the President of the United States, who also is Commander in Chief of the Army and the Navy.* (NY Times, 26.10.1941).

- 'руководитель прений в собрании (суде)' (функция консула/претора) *'Let these twenty people dine together twice a week ... each person ordering a dinner at which he is to preside ...'* *The rules were simple ... the President for the day to discharge the bill, ... the proprietor of the [tavern] to send in his bill ... to the residence of the President* (Hickey. Memoirs. (1810);

- 'спортивный судья/ответственный за проведение соревнований' (функция эдилов) Too few countries trouble to train presidents – officials who take charge of bouts (Sunday Telegraph, 13.03.1976);

- 'глава государственных органов власти' (функции всех курульных магистратов): *The Congress ... have established a board of war and ordnance and made me President of it* (Adams. Familiar Letters (1876). В русском языке, если обратиться к истории, мы находим упоминания о таких должностях как президенты и вице-президенты коллегий (коллегия чужестранных дел, камер, юстиции, ревизион, военная, адмиралтейская, коммерц, штатс, берг и мануфактур) введенных по приказу Петра I «О штате коллегий и времени их открытия» в 1717 году [Балязин 2007: 205].

ЛИТЕРАТУРА

Балязин, В.Н. Неофициальная история России [Текст] / В.Н. Балязин. – Olma Media Group, 2007. – 606 с.

Большая энциклопедия Кирилла и Мефодия (электронное энциклопедическое издание, 2007).

Дворецкий, И.Х. Латинско-русский словарь [Текст] / И.Х. Дворецкий. – М.: Русский язык, 1996. – 846 с.

Пименова, М.В. Душа и жизнь: особенности концептуализации [Текст] / М.В. Пименова // Филологический сборник / Отв. ред. М. В. Пименова. – Кемерово: Комплекс «Графика», 2002. – Вып. 2. – С. 130-135.

Пименова, М.В. Концепт *сердце*: образ, понятие, символ: монография [Текст] / М.В. Пименова // Серия «Концептуальные исследования». – Кемерово: КемГУ, 2007. – Вып. 9. – 500 с.

Taylor, L. Seating Space in the Roman Senate and the Senatores Pedarii [Text] / Taylor, Lily, Russell Scott // Transactions and Proceedings of the American Philological Association. – The Johns Hopkins University Press, 1969. – Vol. 100. – Pp. 529-582.

© Хренова А.В., 2009

Цонева Л.М.

гр. Велико Търново, Болгария

БОЛГАРСКИЕ ВЫБОРЫ НА ФОНЕ ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА

В работе анализируются некоторые особенности метафорического отражения современной болгарской действительности в политическом дискурсе. Источником исследования являются тексты разных жанров, опубликованные в болгарских печатных СМИ («Сега», «Новинар», «Стандарт», «Монитор», «Труд», «24 часа», «Тема» и др.) в 2009 г. Рассматриваемый период можно определить скорее как период «метафорической бури» (А.П. Чудинов), отмеченный событиями с исключительно важным социально-политическим значением – экономическим кризисом и двумя избирательными кампаниями, для обозначения которых, в первую очередь в оппозиционных изданиях, используется множество метафор из различных понятийных областей. Все они обладают богатым оценочным потенциалом и являются важным инструментом для воздействия на сознание людей и на их поведение в ситуации выборов, проводящихся в сложной экономической обстановке.

Метафорическое моделирование кризиса в болгарских СМИ имеет как особенности, характерные для политического интердискурса, так и отличия, которые обнаруживаются при сопоставлении, например, с русским политическим дискурсом – это, во-первых, меньшая активность болгарских «кризисных» метафор вообще, и, во-вторых, более слабое выражение в них «катастрофизма». Господствующие метафоры из двух концептуальных сфер – «Медицина» (*болест, зараза, колапс, лекарство, инъекция* и т. д.) и «Природное бедствие» (*бедствие, буря, цунами, катастрофа, пожар* и т. д.) – представляют экономический кризис как проявление хаоса, как нарушение нормального порядка вещей.

Освещение кризиса (в том числе метафорическое) в медиатекстах постепенно вытесняется освещением выборов – сначала (7 июня) депутатов Европейского парламента, а позже (5 июля) – депутатов Народного собрания, основного органа власти в Болгарии как парламентской республике.

Интересная особенность метафорического моделирования второй, более важной для болгар, избирательной кампании и последующего формирования кабинета министров – не совсем типичное «поведение» типичных для дискурса выборов метафорических моделей. Выборы 2009 г. в болгарских газетах реже представлены единицами из концептуальных сфер «Война», «Спорт», «Театр»; отсутствует и метафора «Дорога», традиционно активная при выборе направления развития страны и ее лидеров.

Первое место в дискурсе выборов бесспорно занимает финансовая метафора и прежде всего единицы из понятийной области торговли (*търговия, пазарлък, алъш-вериш, купуване на гласове, търговци на гласове* и т. д.), активизация которых свидетельствует о «восцарении денег в общественной жизни» (А.П. Чудинов).

Активность лексики из области торговли (в прямом и метафорическом употреблении) демонстрирует важную особенность болгарской политической системы и состояния гражданского общества – в 2009 г. купля-продажа голосов избирателей, обозначившаяся на предыдущих выборах, стала совсем реальной и почти легальной.

Особый интерес представляют и многочисленные метафоры из области кулинарии (*баница, кюфте, гювеч, трапеза, софра* и т. д.), обозначающие власть как нечто вкусное и привлекательное.

В дискурсе выборов актуализируется и зооморфная метафора (*мравки, шарани, шилета, акули, динозаври* и т. д.), которой обозначаются прежде всего избиратели и кандидаты в депутаты.

Анализ названных и других метафорических моделей, господствующих во время важных для болгарского общества выборов, протекающих на фоне мировых экономических потрясений, может послужить базой для их сопоставления с метафорами в других языках, что позволило бы выявить как сходство между ними, так и отличительные особенности национальной ментальности и национальной картины мира.

© Цонева Л.М., 2009

Цыганкова А.В.

Екатеринбург, Россия

ОТЗООНИМНЫЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫЕ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Активное использование лексики из понятийной сферы «Мир животных» для обозначения людей, для характеристики их существенных признаков и действий широко распространено в современных СМИ. Такое словоупотребление создает значительный прагматический эффект и способно выразить авторскую концепцию. Особенно показательны случаи, когда метафорически используются отзоонимные прилагательные: *лисьи глазки, козлиная борода, коровий интеллект*. Подобная метафора возникает на основе акцентировании сходства животного и человека в поведении, во внешнем виде, в интеллекте, на

основе представления животного как носителя определенных качеств характера.

Следует различать изобразительную и моделирующую функцию отзоонимных метафор. В первом случае прилагательное призвано максимально ярко представить картину, сделать образ наглядным, что позволяет усилить эстетическое воздействие.

При рассмотрении моделирующей функции метафоры следует учитывать когнитивные потенции метафорических номинаций, ту роль, которую играют образные средства при структурировании знаний человека о мире, при формировании языковой картины мира. В соответствии с концепцией Дж.Лакоффа, в основе метафоры лежат не значения слов или объективно существующие категории, а ментальные сущности, иначе говоря, метафора – это прежде всего ментальный, а не языковой феномен.

Зооморфные образы отражают «наивные» представления человека об основных группах живых существ и о сходстве людей и животных. Ср.: *В коридоре же, общем для двух половин барака, и в сенях никто уже вперед не перся, зверехитрое племя, а облепили стены в два ряда слева и в два – справа – и только проход по середине на одного человека оставили пустой* (А.Солженицын).

Проведенный анализ показывает, что одна из главных функций отзоонимных прилагательных – это образная характеристика людей. Отзоонимные прилагательные в применении к человеку – это чаще всего метафорические эпитеты, поэтому удачность и изобразительная сила таких прилагательных зависит от оснований метафоризации, от реальности оснований для сравнения. Удачный выбор и сфер-источников и сфер-мишеней для метафоры позволяют создать яркий образ, оказывающий значительное прагматическое воздействие.

© Цыганкова А.В., 2009

Чистова С.С.

Нижний Тагил, Россия

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ СО СФЕРОЙ-ИСТОЧНИКОМ «ПОЛИТИКА» В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Поворот лингвистики текста к анализу дискурса, совершившийся во второй половине XX в., привел к появлению целого ряда подходов к его пониманию, акцентирующих отдельные стороны рассматриваемого явления. Однако во всех определениях термина «дискурс» присутствует некоторый общий признак, за-

ключающийся в том, что дискурс в конечном итоге рассматривается как особая языковая формация, коррелирующая с той или иной областью общественной практики, человеческого познания и коммуникации. Таким образом, дискурс в данном понимании предстает как текст в совокупности со своим экстралингвистическим контекстом, под которым понимается «непосредственно общественный контекст, историческая, социо-культурная, политическая и идеологическая практика» [Чернявская 2008: 170].

Экстралингвистический контекст может проявляться в рекламных текстах в виде интертекстуальных включений, которые в силу специфики рассматриваемого типа дискурса можно назвать прецедентными. Виды общественных практик в данном случае выступают в качестве сфер-источников прецедентных феноменов, среди которых достаточно частотными являются прецедентные феномены сферы-источника «Политика».

В американской рекламе указанные прецедентные феномены насчитывают 3,5% среди 1000 употреблений прецедентных феноменов в рекламных текстах, опубликованных в период с 2001 по 2008 гг. К данной сфере источнику относятся

а) имена политиков и царствующих особ (*Bill Clinton, G.W. Bush, Arnold Schwarzenegger, Elisabeth II, Prince Charles*);

б) цитаты из политических документов (Декларации независимости, Конституции: «*Everybody is created equal*», «*Life, liberty and the pursuit of happiness*»);

в) политические лозунги («*Power to the people*», «*Black is beautiful*», «*No taxation without representation*», «*Back to basics*»);

г) высказывания политических лидеров (*Axis of evil, It is a riddle wrapped in a mystery inside an enigma*);

д) отсылки к различным политическим событиям и реалиям (Война за независимость США, появление принца Гарри на костюмированном параде в форме солдата вермахта, участие Альберта Гора в разработке Интернета).

В российской рекламе прецедентные феномены со сферой-источником «Политика» представлены почти в два раза чаще – 6,0%. К данной сфере источнику относятся

а) имена политиков и царствующих особ (*В. В. Путин, А. Чубайс, Г. Шредер, Н. Саркози, С. Берлускони, Николай II, Елизавета II*);

б) политические лозунги (*Миру мир! Разделяй и властвуй! Болтун – находка для шпиона! Выбирай сердцем!*);

в) высказывания политических лидеров (*Свет в конце тоннеля; Верной дорогой идете, товарищи! Завоевать свое место под солнцем*);

г) названия государственных гимнов и строки из них (*Марсельеза; Вставай, проклятьем заклейменный; Союз нерушимый...*);

д) отсылки к различным политическим событиям и реалиям (*Оранжевая революция, Французская революция, Смычка города и деревни, Гражданин мира*).

Отсутствие цитат из политических документов в российской рекламе очевидно обусловлено фактом низкой узнаваемости текстов этих документов, отсутствия необходимости их обязательного знания.

Таким образом, политика как сфера общественной практики занимает существенное место в рекламном дискурсе, что может быть обусловлено двумя причинами: знанием адресата рекламного текста данной области общественной жизни, что делает возможным опознавание интертекстуальных отсылок в рекламном тексте, а также высоким прагматическим потенциалом прецедентных феноменов сферы-источника «Политика», что служит условием приращения смыслов и создания аксиологических ассоциаций, что в целом направлено на повышение воздействия рекламного текста.

Различия в частотности использования прецедентных феноменов со сферой-источником «Политика» в российской и американской рекламе обуславливаются национально-культурными различиями в менталитете двух наций, в частности различиями в интертекстуальной компетентности русских и американцев. Американцы способны опознать отсылки к политическим реалиям, характеризующим эпохи не раньше 1990-х гг. XX в., в то время как россияне знают политические события и имена политических лидеров, относящиеся уже к XVIII в. Также можно утверждать низкое знание американцами политики других стран (отсылки наблюдаются к политическим реалиям только США), в то время как в данном отношении россияне демонстрируют большую компетентность.

ЛИТЕРАТУРА

Чернявская, В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность / В. Е. Чернявская. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 248 с.

© Чистова С.С., 2009

Шмелева Е.Я.
Москва, Россия

ЦИТАТЫ ИЗ АНЕКДОТОВ В ПОСТСОВЕТСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Речевой жанр анекдота (в современном значении этого слова) появился в русской речевой культуре в конце XIX в. Анекдоты того времени были в основном либо неприличными, либо «неполиткорректными» (анекдоты о национальных меньшинствах: армянах, евреях, цыганах) и потому рассказывание анекдотов было не слишком почтенным занятием. Параллельно бурно развивался особый вид политической журналистики – карикатуры с подписями и короткие смешные истории (часто авторские) на злободневные политические темы (см., например, публикации таких журналов, как «Сатирикон» и «Новый сатирикон»). Начиная с двадцатых годов XX века в связи с исчезновением свободной печати рассказывание анекдотов (преимущественно политических) становится жанром повседневной устной коммуникации, во многом заменившим рассказывание политических новостей. При этом существовали официальные юмористические журналы типа журнала «Крокодил», в которых печатались политические анекдоты пропагандистского характера. После перестройки казалось, что вернется ситуация начала XX в.: анекдоты уйдут из сферы устной коммуникации в журналы и газеты (к которым добавился Интернет). Но поскольку целый ряд анекдотов советского времени стал составной частью фоновых знаний носителей русского языка, цитаты из этих анекдотов можно часто встретить в речи действующих политиков и журналистов, пишущих на политические темы. Из речевого жанра, присущего только разговорной речи, анекдот превращается в речевой жанр публичной устной и письменной речи, анекдоты или цитаты из анекдотов встречаются в публичных выступлениях политиков и серьезных политических текстах.

Не удивительно, что цитировать анекдоты любят как нынешний российский премьер Владимир Путин, так и бывший премьер Виктор Черномырдин, поскольку в речи этих политиков вообще встречается большое число экспрессивных разговорных идиом, присказок и цитат. Цитаты из анекдотов можно было обнаружить в выступлениях Путина с самого начала его деятельности в роли публичного политика. Так, на открытии в Москве еврейского культурного центра Путин процитировал анекдот о том, как еврей сидит без штанов, но в галстукe, а на нефоро-

мальной встрече в пивной с британским премьер-министром Тони Блэром сообщил, что русские на работе говорят о леди, а в пабе – о работе. Ср. также такие цитаты из анекдотов в выступлениях Путина, как *белые и пушистые; отделять мух от котлет; о доме думать надо*. Знаменитая фраза Черномырдина *Какую бы общественную организацию мы ни создавали – получается КПСС*, которая, по-видимому, должна входить в современный словарь крылатых фраз, также отсылает к известному анекдоту.

Вслед за первыми лицами государства анекдот часто цитируют и политики пониже рангом: министры, мэры, депутаты, генералы. Напр.: *«Что-что, живу я здесь»* (мэр Нижнего Новгорода Юрий Лебедев); *У меня Гондурас не чешется, поэтому я не буду перед вами его два часа чесать* (депутат Государственной думы Владимир Лукин); *Присутствие на одном знамени орла и звезды неестественно. Как в том анекдоте про еврея в бане: вы либо крест снимите, либо штаны наденьте* (депутат Государственной думы Андрей Вульф).

Некоторые политики и общественные деятели сознательно принимают на себя речевую и поведенческую маску героя анекдота. Так, Борис Березовский на вопрос корреспондента газеты «Версия»: «Как вы поживаете?» – ответил, как *Рабинович* в известном анекдоте: «Не дождетесь!» Когда Березовский уходил из Думы и снимал с себя депутатские полномочия, он рассказал анекдот о том, что *англичане уходят и не прощаются, а евреи прощаются, но не уходят*. И добавил, что он докажет, что есть евреи, которые прощаются и уходят.

Еще чаще цитаты из анекдотов используются журналистами при описании действий и высказываний политиков, особенно часто – Путина: *А потом Путин участвовал в переписи населения и уверял, что пол имеет мужской, а работает по найму, оказывает услуги населению. Типа он еще немножечко шьет*. («Коммерсант»). Так же, как в художественной литературе существуют так называемые *центонные* тексты, представляющие собой сложный комплекс аллюзий и цитат (в большинстве своем неатрибутированных), так и некоторые газетные статьи насквозь пронизаны текстами анекдотов. Ср., например, статью в газете «Коммерсант» от 20 ноября 2002, озаглавленную видоизмененной цитатой из фильмов о Джеймсе Бонде: «Его зовут Исаев. Максим Исаев». Приведем с небольшими сокращениями отрывок из текста этой статьи (отсылки к анекдотам под-

черкнуты мною): «Щит и меч» Кожевникова даже в анекдоты не попал. Я лично знаю только одного человека, которого вдохновила эта книга. И вы тоже, разумеется, знаете этого человека. Надо признать, жизнь у него удалась. <...> Чего тут думать? Действовать надо! <...> Все-таки кино смотрит молодежь, будущие потенциальные бойцы невидимого фронта. И что им предлагают? Самокастрацию по идейным соображениям? После этого можно смело отдавать жизнь за родину – кому такая жизнь нужна.

© Шмелева Е.Я., 2009

Шумская Э.Н.

Костанай, Казахстан

КАЗАХСТАНСКАЯ МОНАРХИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА

Казахстанскому политическому дискурсу, так же как и российскому, присуща монархическая метафора, что объясняется общностью исторического развития двух сопредельных государств, формами правления в одном из которых была монархия, в другом – ханство. Основанием возникновения данного вида метафоры стало длительное нахождение действующего президента Н.А. Назарбаева у власти (Назарбаев является президентом Казахстана с 1990 года, в 1995 году его полномочия были продлены до 2000 года в результате всенародного референдума, в 1999 и 2005 годах Назарбаев выигрывал президентские выборы на альтернативной основе). Метафорическая модель строится по типу российской метафорической модели «Политическая система России – это монархия», представленной в учебном пособии А.П.Чудинова «Политическая лингвистика» (М, 2006).

1. Фрейм «Носитель верховной власти»

Слот 1.1. Монарх (Нурсултан Назарбаев стал *монархом*: сенат, по сути, он формирует сам, Мажилис – через список своей партии. Он превзошел здесь и Англию, и Японию с их монархическими конституциями (С. Абдильдин, «Взгляд», 06.03.2009).

Слот 1.2. Носитель священной власти (И когда камера показала Назарбаева – вальяжного, кивающего на *осанны* в свой адрес, я распрощался со своим кумиром (М. Сабур, «Свобода слова», 25.06.2009).

Слот 1.3. Хозяин страны («Алга!» мешает «хозяину»? И на заверения Владимира Козлова в том, что у них нет не то что *хозяина*, но и ярко выраженного лидера, а есть лишь члены партии и координационный комитет, советник лишь ухмыльнулся, предварительно вопросив: «Вот у меня президент *хозяин*, а у вас кто?» (М. Алимханова, «Взгляд», 22.05.2009).

2. Фрейм «Монархическая форма правления»

Слот 2.1. Царствование (Спасет ли Казахстан ханская власть? (Куртов А., Интернет-газета «Zona^{KZ}», 06.09.2006) (В последнее время все упорнее ходят слухи о готовящейся поправке к конституции РК, согласно которой президент РК будет *править* пожизненно («Взгляд», 14.08.2009). (*Хан* без имущества («Взгляд», 14.08.2009).

Слот 2.2. Атрибуты власти (Сегодня в Казахстане ситуация не такая, как раньше, и *Ак орда* должна взять пример с Кремля, открыто ответив на вопросы независимой прессы (Г.Ергалиева, Свобода слова, 23.04.2009). (А если и этот зять будет шалить и захочет сдвинуть самого папу с *трона*, то у страны, слава богу, есть еще третий күйеу бала (Г. Ергалиева, Свобода слова, 28.05.2009).

Слот 2.3. Наследники (Пока в стране кипят страсти вокруг книги Рахата Алиева «Крестный тесть», его бывшая вторая половина, медийная *принцесса* Дарига Назарбаева выступила в Лондоне – на международном женском бизнес-форуме «Женщины в бизнесе» (Свобода слова, 23.04.2009).

Слот 2.4. Передача власти (Назарбаев хочет гарантировать прохождение своего *преемника*... (С.Абдильдин, «Взгляд», 06.03.2009). (Вакантную должность всемогущего зятя после Рахата Алиева уверенно занял второй зять президента – Тимур Кулибаев ... зятек уже набрал и государственную мощь... Назарбаев снова породил для страны родственника-тирана...Рахатгейт сменяется Тимургейтом... (Г. Ергалиева, Свобода слова, 28.05.2009).

3. Фрейм «Система монархической власти»

Слот 3.1. Двор и ближайшее окружение монарха (Во время неформального общения главы нации с простым народом служба охраны «отсекла» прессу от *свиты* (Д. Слинькова, «Взгляд», 06.03.2009). (Когда-то Рахат также рассаживал *своих генералов* на высокие посты силовых структур (Свобода слова, 28.05.2009).

Слот 3.2. Императорская семья (Бывший *старший зять* Нурсултана Абишевича вновь выдал очередную порцию прослушек (Т. Азамат, Взгляд, 24.04.2009). (Но, возможно, именно этот факт и заставляет ее *отца*, а по совместительству и президента республики быть заинтересованным в принятии драконовского закона (Е. Беляева, Взгляд, 24.04.2009). (Мировой финансовый кризис не щадит никого из наших бедных, несчастных миллиардеров. Пострадали даже *члены семьи* президента. Тимур и Динара Кулибаевы... (Свобода слова, 23.04.2009).

Слот 3.3. Региональные феодалы и наместники (Неугомонные монархисты движения «Нур Отар» провели вчера в Алматы ... очередную акцию в поддержку нурчести и нурдостоинства действующего президента. Они горой встали за нурсекреты, которые по заверению Нур-... то есть Генпрокуратуры имеют место быть в книге бывшего зятя «Крестный тесть». Нурмонархисты призвали власти отключить Интернет и разрешить распространять только «Казахстанскую правду». Чтобы доказать свою преданность Нурсултану, нуротаровцы публично сожгли портрет беглого зятя и фотографию его творения (Свобода слова, 23.04.2009).

Приведенные примеры свидетельствуют о единстве языковых процессов, происходящих на территории Казахстана и России, имеющих также и свою специфику, как со стороны предпосылок возникновения, так и со стороны формирования, развития и функционирования данного вида метафоры. Менее представленными оказались слоты «носитель священной власти» и «хозяин страны», более представленными – слоты «двор и ближайшее окружение монарха» и «императорская семья». Кроме того, употребление монархической метафоры активизирует словообразовательные процессы, вводящие в оборот слова: «рахатгейт», «тимургейт», «нурпрокуратура», «Нур Отар», «акметал» и т.д., также требующие детального изучения и описания.

© Шумская Э.Н., 2009

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Антонова Юлия Анатольевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета

Артемова Ирина Юрьевна – ассистент кафедры иностранных языков естественных факультетов Алтайского государственного университета

Багичева Надежда Васильевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и методики его преподавания в начальных классах Уральского государственного педагогического университета

Балашова Любовь Викторовна – доктор филологических наук, профессор кафедры теории, истории языка и прикладной лингвистики Саратовского государственного университета

Борисова Елена Георгиевна – доктор филологических наук, профессор кафедры массовых коммуникаций Московского городского педагогического университета

Боярских Оксана Сергеевна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры русского языка Нижнетагильской государственной социально-педагогической академии

Будаев Эдуард Владимирович – кандидат филологических наук, доцент Нижнетагильской государственной социально-педагогической академии

Бушев Александр Борисович – кандидат филологических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин филиала ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет»

Вепрева Ирина Трофимовна – доктор филологических наук, профессор кафедры риторики и стилистики русского языка Уральского государственного университета им. А.М. Горького

Веснина Людмила Евгеньевна – ассистент кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета

Ворошилова Мария Борисовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета

Григорьева Надежда Игоревна – ассистент кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета

Григорьева Наталья Юрьевна – соискатель кафедры немецкого языка Челябинского государственного университета

Гуляева Татьяна Валерьевна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры английской филологии Пермского государственного университета

Гуреева Анастасия Михайловна – доцент кафедры английского языка и межкультурной коммуникации Пермского государственного университета

Данилевская Наталия Васильевна – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и стилистики Пермского государственного университета

Дементьев Вадим Викторович – доктор филологических наук, профессор кафедры теории, истории языка и прикладной лингвистики Саратовского государственного университета

Дементьева Марина Константиновна – ассистент преподавателя Московского государственного университета печати

Дунев Александр Иванович – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена

Еремина Светлана Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета

Жикеева Айгуль Римжановна – старший преподаватель кафедры филологии Костанайского филиала Челябинского государственного университета

Завьялова Наталья Алексеевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка Уральского государственного педагогического университета

Зайцева Елена Львовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков для гуманитарных специальностей Чувашского государственного университета им. И.Н. Ульянова

Иванова Светлана Викторовна – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой межкультурной коммуникации и перевода Башкирского государственного университета

Ильина Ольга Владимировна – кандидат филологических наук, ассистент кафедры русского языка и стилистики факультета журналистики Уральского государственного университета им. А.М. Горького

Иссерс Оксана Сергеевна – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой теоретической и прикладной

лингвистики Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского

Каблуков Евгений Викторович – кандидат филологических наук, ассистент кафедры русского языка факультета журналистики Уральского государственного университета им. А.М. Горького

Каксин Андрей Данилович – кандидат филологических наук, руководитель отдела хантыйской филологии Обско-угорского института прикладных исследований и разработок

Калкабекова Джемма Болатовна – старший преподаватель кафедры русской филологии Казахстанского государственного университета им. Ш. Уалиханова

Кара-Мурза Елена Станиславовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры стилистики русского языка факультета журналистики Московского государственного университета

Карпова Татьяна Борисовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики Пермского государственного университета

Карпушева Анна Васильевна – ассистент кафедры иностранных языков филологического факультета Алтайского государственного университета

Карякин Александр Вячеславович – ассистент кафедры немецкой филологии Волгоградского государственного университета

Кашкин Вячеслав Борисович – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой теории перевода и межкультурной коммуникации факультета романо-германской филологии Воронежского государственного университета

Керимов Руслан Джаванширович – кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкой филологии Кемеровского государственного университета

Клочко Надежда Николаевна – доктор филологии, профессор Латвийского университета

Кондратьева Ольга Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры общего языкознания и славянских языков Кемеровского государственного университета

Коробкова Ольга Михайловна – аспирант Московского педагогического государственного университета

Котюрова Мария Павловна – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и стилистики Пермского государственного университета

Кошкарлова Наталья Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры международных коммуникаций Южно-Уральского государственного университета

Крапотина Татьяна Геннадьевна – кандидат филологических наук, доцент Московского государственного областного университета

Красильникова Наталья Алексеевна – кандидат филологических наук, доцент, директор филиала Уральского государственного педагогического университета в г. Новоуральск

Кручинкина Нина Дмитриевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры романской филологии Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарева

Кузнецова Юлия Евгеньевна – учитель английского языка школы № 18 г. Казань

Купина Наталия Александровна – доктор филологических наук, профессор кафедры риторики и стилистики русского языка Уральского государственного университета им. А.М. Горького

Курнос Дмитрий Дмитриевич – аспирант Санкт-Петербургского государственного университета

Леви Юлия Эдуардовна – кандидат филологических наук, старший преподаватель МГИМО

Макеева Светлана Олеговна – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой английского языка Уральского государственного педагогического университета

Марьянчик Виктория Анатольевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка Поморского государственного университета им. М.В. Ломоносова

Михайленко Валерий Васильевич – доктор филологических наук, профессор кафедры современных иностранных языков Буковинской государственной финансовой академии

Мишланова Светлана Леонидовна – доктор филологических наук, профессор кафедры лингводидактики Пермского государственного университета

Нахимова Елена Анатольевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Уральского государственного педагогического университета

Некрасова Карина Иоскаевна – аспирант института иностранных языков Московского городского педагогического университета

Нечаева Елена Александровна – аспирант кафедры иностранного языка и лингвистики Ивановского государственного химико-технологического университета

Никонова Юлия Ивановна – старший преподаватель кафедры иностранных языков Якутского научного центра Сибирского отделения РАН

Осипова Маргарита Вячеславовна – преподаватель кафедры романо-германской филологии Костанайского государственного университета им. А. Байтурсынова

Пермякова Татьяна Михайловна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков ГУ «Высшая школа экономики»

Пименов Евгений Александрович – чл.-корр. САН ВШ, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой немецкой филологии, декан факультета романо-германской филологии Кемеровского государственного университета

Пименова Марина Владимировна – чл.-корр. САН ВШ, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой общего языкознания и славянских языков Кемеровского государственного университета

Плотникова Александра Васильевна – преподаватель кафедры английской филологии Пермского государственного университета

Полякова Лилия Сергеевна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков Магнитогорского государственного технического университета

Полякова Светлана Валентиновна – доцент кафедры английского языка и межкультурной коммуникации Пермского государственного университета

Попова Эльвира Юрьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета

Потапчук Елена Юрьевна – кандидат культурологии, доцент кафедры философии и культурологии Тихоокеанского государственного университета

Потсар Анна Никитична – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории речевой деятельности и языка массовой коммуникации факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета

Ракитина Наталия Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Магнитогорского государственного технического университета

Садуов Руслан Талгатович – аспирант кафедры межкультурной коммуникации и перевода факультета романо-германской филологии Башкирского государственного университета

Садыхов Руфат Рафаэльевич – студент 5 курса ФГОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса»

Салдецкая Ольга Игоревна – преподаватель Запорожского национального университета

Самойлова Ксения Александровна – магистр журналистики, аспирант факультета политологии МГИМО

Сурина Анна Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Уральского государственного педагогического университета

Суспицына Инесса Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета

Сухарева Ольга Эдуардовна – старший преподаватель кафедры иностранных языков Международного института финансов, управления и бизнеса

Тагильцева Юлия Ринатовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета

Тихонова Светлана Александровна – старший преподаватель кафедры английского языка Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского

Филатова Ксения Леонидовна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры теоретической и прикладной лингвистики Уральского государственного педагогического университета

Фокина Ольга Владимировна – кандидат филологических наук, зав.сектором учебно-научного филологического центра Московского педагогического государственного университета

Фоминих Сергей Сергеевич – аспирант кафедры немецкого языка Челябинского государственного университета

Халатян Анжела Борисовна – преподаватель Ставропольского филиала Московского государственного лингвистического университета

Харитоновна Лилия Александровна – кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой французского языка фа-

культета иностранных языков Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева

Хренова Анна Викторовна – преподаватель кафедры иностранных языков Сибирского государственного индустриального университета

Цонева Лиляна Михайлова – Dr.philol., доцент кафедры русского языка филологического факультета Великотырновского университета Святых Кирилла и Мефодия

Цыганкова Анна Владиславовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и методики его преподавания Уральского государственного педагогического университета

Чемагина Анна Валерьевна – студент факультета русского языка и литературы Уральского государственного педагогического университета

Черник Виктория Борисовна – кандидат филологических наук, доцент Ури ГПС МЧС России

Чистова Софья Сергеевна – старший преподаватель кафедры английской филологии Нижнетагильской государственной социально-педагогической академии

Чудинов Анатолий Прокопьевич – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета

Шейкман Мария Михайловна – аспирант кафедры теоретической и прикладной лингвистики Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского

Шилихина Ксения Михайловна – кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики факультета романо-германской филологии Воронежского государственного университета

Шмелева Елена Яковлевна – кандидат филологических наук, старший научный сотрудник Института русского языка им. В.В. Виноградова

Шумская Элина Николаевна – старший преподаватель кафедры филологии Костанайского филиала ГОУ ВПО «Челябинский государственный университет»

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ
«СОВРЕМЕННАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ»

Подписано в печать 14.09.2009. Формат 60x84/16.
Бумага для множительных аппаратов. Печать на ризографе.
Усл. печ. л. – 14,65. Тираж 120 экз. Заказ 2895
Оригинал макет отпечатан в отделе множительной техники
Уральского государственного педагогического университета
620017 Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26
E-mail: uspu@uspu.ru