

Министерство образования и науки РФ  
федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Уральский государственный педагогический университет»

# **ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ**

Материалы  
Международной научной конференции

*24–26 сентября 2013 года*

Екатеринбург 2013

УДК 409.34  
ББК Ш107  
П50

*Рекомендовано Ученым Советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Уральский государственный педагогический университет» в качестве научного издания (Решение № 248 от 09.09.2013).*

**Политическая коммуникация:** материалы Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 24–26.09.2013) / гл. ред. А. П. Чудинов ; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». — Екатеринбург, 2013. — 397 с.

Представлены материалы выступлений на Международной научной конференции «Политическая коммуникация» (Екатеринбург, 24-26.09.2013).

Материалы предназначены для филологов и всех, кто интересуется проблемами политической коммуникации.

Материалы публикуются в авторском варианте, редакция не несет ответственности за их содержание и оформление.

УДК 409.34  
ББК Ш107

*Издание выполнено при финансовой поддержке Министерства образования и науки РФ в рамках государственного задания (проект № 6.2985.2011 «Политическая метафорология»)*

Подписано в печать 13.09.2013. Формат 60x84/16.  
Бумага для множительных аппаратов. Печать на ризографе.  
Гарнитура «Arial». Усл. печ. л. – 24,9. Тираж 100 экз. Заказ 4172.  
Оригинал-макет отпечатан в отделе множительной техники  
Уральского государственного педагогического университета  
620017 Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26  
E-mail: uspu@uspu.ru

© ФГБОУ ВПО «Уральский  
государственный педагогический  
университет», 2013

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>И. М. Ануфриева, И. Г. Демидова</b> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕКОТОРЫХ МЕТОДОВ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ АУДИО- И ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ В ДЕЛАХ ОБ ЭКСТРЕМИЗМЕ.....	10
<b>Н. В. Багичева</b> ОБРАЗ РОДИНЫ: ПЕРЕЗАГРУЗКА.....	14
<b>Н. А. Балуква, Л. Е. Веснина</b> ЛЮБОВЬ И СПАСЕНИЕ С «ВЕЛИКИМ БЕЛЫМ БРАТСТВОМ “ЮСМАЛОС”»: РЕЧЕВЫЕ СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ В ТЕКСТАХ РЕЛИГИОЗНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	20
<b>А. А. Баранова</b> СПОСОБЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ РОССИИ КАК ПОЛИТИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА В ПРОГРАММАХ РАДИОСТАНЦИЙ «РАДИО РОССИИ» И «ЭХО МОСКВЫ».....	23
<b>Е. Н. Басовская</b> СОВЕТСКИЙ ТОЛКОВЫЙ СЛОВАРЬ КАК СРЕДСТВО ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ (ИЗ ИСТОРИИ НАСТРОЙКИ ИНСТРУМЕНТА).....	30
<b>Е. В. Бастинович</b> ПРОЯВЛЕНИЯ СИНТАКСИЧЕСКОЙ ИНТЕРФЕРЕНЦИИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ РУССКО-НЕМЕЦКОГО БИЛИНГВИЗМА.....	35
<b>Л. Е. Бессонова</b> КОНЦЕПТУАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОППОЗИЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ТЕКСТА.....	39
<b>Ю. В. Богоявленская</b> ВОЗДЕЙСТВУЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПАРЦЕЛЛИРОВАННОЙ КОНСТРУКЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАТЕКСТЕ.....	45
<b>О. С. Боярских</b> ПОЛИТИЧЕСКИЙ АФОРИЗМ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПРЕЦЕДЕНТНОЕ ВЫСКАЗЫВАНИЕ: К ПРОБЛЕМЕ СООТНОШЕНИЯ.....	49
<b>А. Б. Бушев</b> МЕДИАДИСКУРС О ТЭТЧЕРИЗМЕ: КОНСЕРВАТИЗМ И НЕОЛИБЕРАЛИЗМ ТОРИ .....	55

<b>М. А. Вавилина</b>	
МИЛИТАРНАЯ МЕТАФОРА В ПРЕДСТАВЛЕНИИ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКИХ И БРИТАНСКИХ ТЕКСТАХ СМИ .....	61
<b>А. Д. Васильев</b>	
ИЗОБРАЖЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ВОЙНЫ В ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТАХ .....	67
<b>Л. В. Вдовиченко</b>	
СПЕЦИФИКА ПРОЦЕССА ТРАНСФОРМАЦИИ ЛЕКСЕМ «ПОРЯДОК – БЕСПОРЯДОК» В ИДЕОЛОГЕМЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ РОССИИ.....	71
<b>Л. Е. Веснина, О. И. Кондратьева</b>	
МИГРАНТЫ В РОССИИ: МЕТАФОРИЧЕСКОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ В СМИ (2009-2013).....	77
<b>М. Б. Ворошилова</b>	
ДВОЕ ИЗ ЛАРЦА: АССОЦИАТИВНЫЕ ОБРАЗЫ В. В. ПУТИНА И Д. А. МЕДВЕДЕВА.....	80
<b>А. И. Глазырина</b>	
ЯЗЫКОВОЙ КОНТАКТ В ЗЕРКАЛЕ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК.....	84
<b>Н. Д. Голев</b>	
МЕТАЯЗЫКОВОЙ ВЕКТОР В ОБЫДЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ.....	90
<b>И. В. Грибан</b>	
УЧЕБНИК ПО ИСТОРИИ КАК ОСНОВА ДЛЯ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ДИАЛОГА: АНАЛИЗ ФРАНКО-ГЕРМАНСКОГО ОПЫТА.....	97
<b>Т. А. Гридина, Н. И. Коновалова</b>	
ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТЫ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АРГУМЕНТЫ: ПРАГМАТИКА КРЕАТИВА В ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ.....	101
<b>С. В. Иванова</b>	
«РЕБРЕНДИНГ ОТ ПРОТИВНИКА» КАК МОЩНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ БОРЬБЫ.....	108
<b>Л. Д. Кадырова</b>	
МОДЕЛИ ОБРАЗОВАНИЯ НЕОДЕРИВАТОВ В МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ .....	113
<b>А. А. Казаков</b>	
КОНЦЕПТ «ПОВЕСТКА ДНЯ» В СОВРЕМЕННОЙ ЗАПАДНОЙ КОММУНИКАТИВИСТИКЕ: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	118

<b>О. С. Камышева</b>	
КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА «ВОЙНА – МУЗЫКАЛЬНОЕ ИСКУССТВО» В СТИХОТВОРЕНИИ Г. У. ЛОНГФЕЛЛО «АРСЕНАЛЫ В СПРИНГФИЛДЕ» .....	124
<b>А. А. Карпова</b>	
«ЦАРЬ» И «КОРОЛЬ» В МЕТАФОРАХ ВЛАСТИ (на материале русского, английского и французского языков) .....	128
<b>А. А. Каслова, Р. Ю. Шебалов</b>	
МЕТАФОРИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА САРЫ ПЕЙЛИН В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ США.....	132
<b>А. В. Кассихина</b>	
РУССКИЕ СМИ О ЮВЕНАЛЬНОЙ ЮСТИЦИИ В ФИНЛЯНДИИ: МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ДИСКУРС КАК ОБЪЕКТ ИЗУЧЕНИЯ В РАМКАХ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО СИНТАКСИСА (на материале интернет-изданий) .....	135
<b>Р. Д. Керимов</b>	
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (на примере немецкого языка) .....	141
<b>Р. Д. Керимов, Л. И. Федянина</b>	
ИСТОЧНИКИ МЕТАФОРЫ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ .....	147
<b>Л. Г. Ким</b>	
ИНТЕРПРЕТАЦИЯ СОДЕРЖАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ТЕКСТА РЯДОВЫМИ НОСИТЕЛЯМИ РУССКОГО ЯЗЫКА.....	154
<b>О. Н. Кондратьева</b>	
РОЛЬ КОМПЬЮТЕРНОЙ МЕТАФОРЫ В РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ УКРАИНЫ .....	160
<b>В. А. Копцева</b>	
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕЧЕВОГО ЖАНРА <i>ПРОГРАММНОЕ ЗАЯВЛЕНИЕ</i> В ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ Г. ЗЮГАНОВА.....	164
<b>М. В. Костюнина</b>	
СПЕЦИФИКА АРГУМЕНТАЦИИ В ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ Г. А. ЗЮГАНОВА (2008 г.).....	170
<b>Н. Н. Кошкарова, О. В. Томберг</b>	
PITFALLS OF TRANSLATION, ИЛИ О ВЗАИМОПОНИМАНИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ .....	176

<b>Е. М. Крижановская</b>	
ОФИЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДВЫБОРНЫЕ ИНТЕРНЕТ-САЙТЫ В. В. ПУТИНА И Г. А. ЗЮГАНОВА: ОПЫТ СРАВНИТЕЛЬНОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ.....	181
<b>И. В. Култышева</b>	
ОСОБЕННОСТИ АРГУМЕНТАЦИИ В. В. ПУТИНА ВО ВРЕМЯ ПРЯМОЙ ЛИНИИ 2013 ГОДА.....	187
<b>С. Л. Кушнерук</b>	
ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ТЕКСТОВЫХ МИРОВ В РУССКОЯЗЫЧНОЙ И АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЕ.....	192
<b>Л. А. Мардиева</b>	
АКТУАЛИЗАЦИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ И СЛУХОВЫХ ОЩУЩЕНИЙ ЧИТАТЕЛЕЙ ТЕКСТОВ СМИ В МАНИПУЛЯТИВНЫХ ЦЕЛЯХ .....	196
<b>А. В. Михайлов</b>	
ЭКСПЛИКАЦИЯ СМЫСЛОВОГО ПОЛЯ ЖИЗНЕННЫХ ИНТЕРЕСОВ ГОСУДАРСТВА .....	202
<b>Т. В. Михайлова</b>	
ОБРАЗ РУССКОГО ЦАРЯ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ КОНЦА XV – НАЧАЛА XVII ВВ. (К ЭВОЛЮЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ СМЫСЛОВ).....	206
<b>Т. И. Мицук</b>	
СОВЕТСКОЕ МИФОТВОРЧЕСТВО: ОБРАЗ КОММУНИСТИЧЕСКОГО БУДУЩЕГО В СОВЕТСКОЙ ПРОПАГАНДЕ НАЧАЛА 60-70Х ГГ. XX ВЕКА.....	211
<b>Е. А. Нахимова</b>	
КОРПУСНАЯ МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ.....	219
<b>К. П. Огнева</b>	
СПЕЦИФИКА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПОЗДРАВЛЕНИЯХ ГУБЕРНАТОРОВ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ .....	223
<b>Ю. А. Ольховикова</b>	
СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕДВЫБОРНОГО ДИСКУРСА (НА ПРИМЕРЕ ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРОВ США 2012 ГОДА) .....	227
<b>М. В. Петров</b>	
КЛЮЧЕВЫЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ В ДИСКУРСЕ ПУБЛИЧНЫХ ОБРАЩЕНИЙ БАРАКА ОБАМЫ.....	234

<b>О. О. Петрова</b>	КУЛЬТУРНО-ИДЕОЛОГИЧЕСКИЕ КОННОТАЦИИ У СЛОВ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «НАИМЕНОВАНИЯ ЛИЦ» .....	236
<b>Д. В. Питолин</b>	МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КОНЦЕПТА «ЧУЖОЙ» В РАМКАХ ДИХОТОМИИ «СВОЙ – ЧУЖОЙ» В РАБОТАХ ДЖ. ДИАЗА.....	242
<b>А. М. Плотникова</b>	ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА ПО ДЕЛАМ, СВЯЗАННЫМ С ПРОТИВОДЕЙСТВИЕМ ЭКСТРЕМИЗМУ.....	245
<b>Е. В. Полюгова</b>	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНВЕКТИВНОЙ ЛЕКСИКИ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ <i>(на примере агитационных материалов избирательной кампании партии «Справедливая Россия» в Областную Думу Законодательного собрания Свердловской области 2010 года)</i> .....	251
<b>Е. В. Постникова</b>	РЕАЛИЗАЦИЯ РЕЧЕВОЙ СТРАТЕГИИ ДИСКРЕДИТАЦИИ В ДИСКУРСЕ ФИДЕЛЯ КАСТРО .....	257
<b>Д. В. Резниченко</b>	ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ В ЕКАТЕРИНБУРГЕ КАК ПРЕДМЕТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА.....	262
<b>Н. Б. Руженцева</b>	ПРОТЕСТНЫЙ КОММЕНТАРИЙ КАК ЖАНР ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА .....	267
<b>И. П. Рябкова</b>	КОНЦЕПТОСФЕРА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА (ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ).....	273
<b>И. В. Савельева</b>	СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ПРОДУЦИРОВАНИЯ ТЕКСТОВ ПОЛИТИЧЕСКИХ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЕВ (ЛИНГВОПЕРСОНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ).....	278
<b>Р. Т. Садуов</b>	ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ КОМИКСЕ.....	284
<b>Н. А. Сегал</b>	ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОСТРАНСТВЕННЫХ МЕТАФОР .....	289

<b>Йозеф Сипко</b>	
ФРАГМЕНТЫ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ ОКУПАЦИИ ЧЕХОСЛОВАКИИ В 1968 ГОДУ .....	294
<b>М. А. Степанова</b>	
«ЭПИДЕМИЯ ПРАВДЫ»: ФЕНОМЕН СНОУДЕНА В МЕТАФОРАХ .....	300
<b>И. Н. Суспицына</b>	
РЕЛИГИЯ И ПОЛИТИКА СКВОЗЬ ПРИЗМУ МЕТАФОР .....	304
<b>М. Н. Сычева</b>	
ОСОБЕННОСТИ ГРУППЫ ЗРИТЕЛЬНЫХ СИМВОЛОВ «ФАУНА И ФЛОРА» В КИНОТЕКСТАХ ТАЙЛИАС МОСС .....	308
<b>Ю. Р. Тагильцева</b>	
ОСТОРОЖНО – «КРЕСТНЫЙ БАТЬКА», ИЛИ ДОКУМЕНТАЛЬНЫЙ ФИЛЬМ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ВОЙНЫ.....	310
<b>Г. Н. Тельминов</b>	
КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАКТИКИ ВЕЖЛИВОСТИ В АМЕРИКАНСКОЙ И РОССИЙСКОЙ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ .....	318
<b>З. К. Темиргазина</b>	
НЕКОТОРЫЕ ПРИЕМЫ ЯЗЫКОВОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ КАЗАХСТАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ.....	325
<b>А. А. Упоров</b>	
ПРАВИТЕЛЬСТВЕННАЯ ПОЗДРАВИТЕЛЬНАЯ ТЕЛЕГРАММА: РЕЧЕЖАНРОВЫЕ И ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ.....	332
<b>Г. А. Хамитова</b>	
ОБРАЗ КАЗАХСТАНА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ (ПО МАТЕРИАЛАМ АМЕРИКАНСКИХ ГАЗЕТ) .....	336
<b>Л. В. Христолюбова</b>	
РЕЧЕВЫЕ СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ В РУССКОМ ГОМИЛЕТИЧЕСКОМ КРАСНОРЕЧИИ .....	341
<b>Е. Б. Хромова</b>	
ПОНЯТИЕ ПОЛЯ ПОЛИТИКИ В СОЦИОЛОГИИ ПЬЕРА БУРДЬЕ.....	349
<b>А. В. Цыганкова</b>	
ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТА, СОЗДАННОГО РЕБЕНКОМ .....	353

<b>Т. В. Чернышова</b>	
ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИЗНАКИ ТЕКСТОВ ДИСКРЕДИТИРУЮЩЕГО ТИПА В ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ .....	<b>356</b>
<b>В. Д. Черняк</b>	
ЯЗЫКОВАЯ РЕФЛЕКСИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ПРОЗЕ: ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ .....	<b>362</b>
<b>И. Н. Чистякова</b>	
ОСОБЕННОСТИ ИНВЕКТИВНОЙ ЛЕКСИКИ В ПРЕДВЫБОРНЫХ КАМПАНИЯХ В. В. ЖИРИНОВСКОГО....	<b>368</b>
<b>Н. М. Чудакова, Т. С. Килина</b>	
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ МЕТАФОРЫ КАК РЕПРЕЗЕНТАНТЫ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	<b>372</b>
<b>А. П. Чудинов</b>	
ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНОЕ И НАЦИОНАЛЬНОЕ В МЕТАФОРИЧЕСКОМ МОДЕЛИРОВАНИИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ .....	<b>377</b>
<b>Е. В. Шустрова</b>	
МЕТАФОРИЧЕСКИЙ ОБРАЗ ЭДВАРДА СНОУДЕНА В АМЕРИКАНСКОЙ ГРАФИКЕ.....	<b>384</b>
<b>Н. Г. Юзефович</b>	
ПРЕЦЕДЕНТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ РОССИЙСКОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ СЛОВАРЕ.....	<b>390</b>

**И. М. Ануфриева, И. Г. Демидова**  
Северодвинск (Россия)

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕКОТОРЫХ МЕТОДОВ  
ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ  
АУДИО- И ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ  
В ДЕЛАХ ОБ ЭКСТРЕМИЗМЕ**

В последнее время при рассмотрении дел об экстремизме следователи достаточно часто назначают лингвистическую или комплексную психолого-лингвистическую экспертизу для уточнения вопросов следствия. Перед специалистами психологами чаще всего ставятся вопросы о воздействии, которое оказывает материал экстремистского содержания на аудиторию, слушающую или читающую данный текст.

В качестве основных методов психологического исследования речевого материала в судебной психологической экспертизе используются следующие: концептуальный анализ, интент-анализ, контент-анализ, метод семантического дифференциала, метод шкалирования, критериально-ориентированный анализ как методический прием. В литературе имеются подробные описания использования некоторых из них в судебно-психологической экспертизе экстремизма, что позволяет другим специалистам применять практические наработки, однако, данных материалов, с нашей точки зрения, недостаточно.

В работах А.А. Оселкова, А.Л. Южаниновой, Л.З. Подберезкиной, Е.Ю. Федоренко приводятся примеры анализа печатных материалов – статей, листовок, брошюр. При этом подробных рекомендаций по психологическому анализу видео- и аудиоматериалов экстремистского содержания в судебной психологической экспертизе (СПЭ) нами не было обнаружено. Мы стараемся отразить опыт применения методов психологической диагностики, использованных нами в процессе комплексных судебных психолого-лингвистических экспертиз видео- и аудиоматериалов.

Нами был разработан алгоритм анализа, позволяющий наиболее объективно оценивать предоставленные аудио и видеоматериалы: 1) просмотр (прослушивание) всего материала;

2) просмотр (прослушивание) со стенографическим текстом; 3) диагностический анализ в соответствии с поставленными вопросами. Подобный алгоритм, с нашей точки зрения, позволяет выполнить наиболее полную и объективную оценку информации.

Главная задача СПЭ материалов экстремистской направленности – определить, являются ли предоставленные на экспертизу материалы продуктами экстремистской деятельности. Исходя из этого, предметом СПЭ материалов экстремистской направленности является определение значимых для суда обстоятельств: наличие психологических компонентов экстремизма, характер пропаганды её составляющих (прямой, косвенный), особенности отношения к социальным группам (расы, нации и т.д.), наличие признаков психологического воздействия.

Обобщено в СПЭ перед психологами ставятся следующие вопросы:

1. Имеются ли в предоставленных на экспертизу материалах признаки экстремистской деятельности? (наличие призывов, вовлечение в деятельность, возбуждение ненависти, разжигание розни и т.п.).

2. Какое воздействие оказывают на аудиторию представленные материалы и, учитывая психологические компоненты экстремизма и особенности аудитории, будет ли обнаруженное в материалах воздействие эффективным?

Более подробно варианты вопросов к экспертам перечислены в учебно-методическом пособии Л.З. Подберезкиной, Е.Ю. Федоренко [Психолого-лингвистическая экспертиза ... 2012].

Особенностью предоставления аудио и видеоматериалов эксперту является наличие подробной стенографии речи участников, что позволяет опираться при анализе и на печатный текст.

Для диагностики намерений, определения смысловой направленности речи говорящего, в работе мы выбрали методы контент-анализа и интент-анализа.

Достоинством контент-анализа, как метода качественно-количественного анализа документов, является перевод текстовой информации в количественные показатели с последующей ее статистической обработкой. Именно поэтому при первоначальном анализе мы определяли, какое время уделено в речи каждой теме (бытовые темы, политика, критика власти, проблемы определенной сферы и т.п.), подсчитывали значимость различий по  $\chi^2$ -критерию (при анализе печатных материалов воз-

можен построчный подсчет), что позволяло делать вывод в целом о смысловой направленности всей речи.

Для определения намерений говорящего (призыв, побуждение, вовлечение, воздействие и т.д.) нами был выбран метод интен-анализа. Интен-анализ позволяет изучить глубинное психологическое содержание речи, т.е. намерения, лежащие в основе речи и косвенно проявляющиеся в словах. На основе выявления интенций (намерений) субъекта можно, анализируя речь, прийти к описанию содержания его сознания. Это субъективное значение близко к понятию, которое выражает глагол «подразумевать».

В СПЭ видео и аудиоматериалов при проведении интен-анализа нами были использованы интенции, которые выделила в политических текстах Т.Н. Ушакова: анализ, безличное обвинение, безличное разоблачение, дискредитация, информация, кооперация, критика, неявная самопрезентация, презентация, обвинение, отвод критики, отвод обвинений, отказ в просьбе, оценивание, побуждение, предупреждение, презентация, противостояние, размежевание, разоблачение, самокритика, самооправдывание, самопрезентация, угроза, успокоение аудитории, демонстрация силы, похвалы [Слово в действии, 2000]. С нашей точки зрения, такой список позволяет очень подробно анализировать намерения говорящего и выявлять наличие признаков экстремистской деятельности.

При анализе видеоматериалов, кроме содержания речи, нами анализировались и аспекты невербальной коммуникации (использованные жесты, поза, интонации, громкость речи, ее темп и т.п.).

Психологами выделяется большое количество функций невербальной коммуникации. Из них, с точки зрения психологии воздействия, наиболее значимы изменение смысла речевого сообщения и усиление эффекта воздействия речевого сообщения. Исследование невербальных признаков позволяет более точно квалифицировать ту или иную интенцию. При прослушивании аудиофайлов в распоряжении экспертов также оказывается значительное количество аудиальных невербальных признаков. Использование алгоритма анализа, описанного выше, позволило первоначально выявить особенности говорящего в общем (типичные жесты, поза, темп, громкость речи, паузы, и

т.п.) и проанализировать интенции более точно на основании изменений, происходящих в невербальных проявлениях.

Изучение невербальных признаков также достаточно важно при анализе видео- и аудиоматериалов для того, чтобы точно определить характер воздействия, которое оказывает речь на аудиторию. Большинство невербальных признаков, в отличие от вербальных, плохо контролируются говорящими и слушающими, соответственно, анализируя речь в ее вербальном и невербальном контексте, можно получить более объективную картину. Так, например, словами слушающие выражают согласие («да, вы правы»), а внешне проявляют признаки несогласия (изменение позы на закрытую, снижение громкости речи, паузы в речи). При этом именно полный анализ всего материала позволит эксперту выявить индивидуальные особенности говорящего и слушающего, не опираясь на жесткие книжные схемы, приведенные в некоторых изданиях (например, потирание носа не всегда обозначает ложь говорящего).

Анализ невербальных признаков говорящего, с нашей точки зрения, также очень важен для определения такого сложного признака экстремистской деятельности как скрытый, косвенный призыв. Скрытый призыв – информация, подстрекающая к каким-либо действиям, направленно создающая у адресата желание действовать или чувство необходимости действий. Если призыв скрытый, реакция по противодействию у слушателя запаздывает, адресат речи не сразу понимает, что цель автора – побудить читателя / слушателя к определенным действиям [Слово в действии, 2000]. Анализ невербальных признаков для диагностики скрытого призыва важен так же, как и анализ вербального материала. Например, в нашей работе при озвучивании фраз: «Надо что-то делать с иноверцами!», «Надо срочно принимать меры, они совсем зарвались» оратор делал несколько характерных для него агрессивных жестов руками – душающий жест, рубящий жест, что в свою очередь может быть расценено в совокупности как признаки скрытого призыва.

Таким образом, при проведении судебной психологической экспертизы экстремизма с предоставлением экспертам видео- и аудиоматериалов целесообразно применять такие психологические методы диагностики как контент-анализ и интент-анализ. Спецификой организации подобной экспертизы при

анализе видеоматериалов является дополнение названных методов анализом аспектов невербальной коммуникации.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Кроз М.В., Ратинов А.Р., Ратинова Н.А. Ответственность за разжигание вражды и ненависти: психолого-правовая характеристика. – М.: Юрлитинформ, 2005.

Оселков А.А. Содержание судебно-психологического экспертного исследования проявлений экстремистской направленности // Народы России: историко-психологические аспекты межэтнических и межконфессиональных отношений: мат-лы 15 Междунар. конф. (Санкт-Петербург, 12-13 мая 2009 года). СПб., 2009.

Психолого-лингвистическая экспертиза материалов экстремистской направленности: учеб.-метод. пособие / Сост. Л.З. Подберезкина, Е.Ю. Федоренко. Красноярск, 2012.

Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса / под ред. Т.Н.Ушаковой, Н.Д.Павловой. СПб.: Алетей, 2000.

Южанинова А.Л. Вопросы методики судебной психологической экспертизы вербального экстремизма // Судебная экспертиза. Научно-практический журнал. 2008. № 3 (15).

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ**

*ФИО: Ануфриева Инна Михайловна*

*Место работы и должность: Филиал Северного (Арктического) федерального университета имени М. В. Ломоносова в г. Северодвинске Архангельской области, ассистент кафедры педагогики и психологии общего и профессионального образования*

*E-mail: anufrieva.74@mail.ru*

*ФИО: Демидова Ирина Геннадьевна*

*Место работы и должность: Филиал Северного (Арктического) федерального университета имени М. В. Ломоносова в г. Северодвинске Архангельской области, кандидат психологических наук, доцент кафедры педагогики и психологии общего и профессионального образования*

*E-mail: shvecirina@yandex.ru*

#### **Н. В. Багичева**

Екатеринбург (Россия)

#### **ОБРАЗ РОДИНЫ: ПЕРЕЗАГРУЗКА**

«Отечество есть тот таинственный, но живой организм, очертания которого ты не можешь для себя отчетливо определить, но которого прикосновение к тебе непрерывно чувствуешь, ибо ты связан с этим организмом неразрывной пуповиной. Он, этот таинственный организм, был свидетелем и источником первых впечатлений твоего бытия, он наделил тебя способно-

стью мыслить и чувствовать, он создал твои привычки, дал тебе язык, верования, литературу, он обогрел и приютил тебя, словом сказать - сделал из тебя существо, способное жить», - эти слова, сказанные когда-то М.Е. Салтыковым-Щедриным, в какой-то степени объясняют то, что «образ женщины, давшей нам жизнь, в русском языковом сознании чуть ли не намертво прикреплён к слову «Родина» (Воркачев С.Г. Страна своя и чужая: идея патриотизма в лингвокультуре: Монография. – М.: ИНФРА-М, 2013. – С. 88). Хотя по большому счету носители языка в подобных разъяснениях не нуждаются: «Персонализация родины носит уже практически языковой характер – «Родина-мать» для говорящих по-русски уже как бы не метафора, а реалья» (Воркачев 2013: 34).

Для русского менталитета метафорическое сопоставление России, Родины с матерью является традиционным. Смена власти и строя, произошедшая в XX веке, никак не отразилась на этом факте: *Ничтожная Япония злодейски размахнулась на великую и могучую **матушку-Россию!** Надеюсь, что и сейчас все мы, как единая дружная семья, встанем (В.Пикуль «Богатство»); Уж и есть за что, Русь могучая, Полюбить тебя, Назвать **матерью**, Стать за честь твою Против недруга, За тебя в нужде Сложить голову! (И.С. Никитин «Русь»); - Эх ты, **эсесерша наша мать!** – кричал в радости один забвенный мужик (А. Платонов); Ах, ты **матушка-Россия**, что ты делаешь со мной? То ли все вокруг смурные? То ли я один смурной? (Е.Евтушенко «По Печоре»); - Мой вексель оплачен вами. Отныне вы уже ничего не должны мне. Но зато очень много должен я сам. – Кому? – Своей **матери – России...** честь имею! (В.Пикуль «Честь имею»).*

Уничтожая традиционный семейный уклад и активно насаждая псевдосемейную культуру, советское государство пытается заменить реальных матерей «строителей коммунизма» идеальной Родиной-матерью – заботливой, нежной, милосердной и справедливой: *Я не знаю, отличья какие, не умею я вас разделять: ты одна у меня, как **Россия**, милосердная русская **мать** (Я.Смеяков «Вот опять ты мне вспомнилась...»); «Как нежная **мать**, - говорится в передовице «Правды», - следила страна за полетом своих сынов, радовалась успехам летчиков и с нетерпением ждала от них сведений... Как бензин питает мотор самолета, так сердца летчиков питались той чудес-*

ной силой, которую слала им **родина-мать**» (Гюнтер Ханс «Сталинские соколы» (Анализ мифа 30-х годов) // «Вопросы литературы» №11-12. С. 125).

Образ матери во все времена – это не единственный женский образ родины. В облике Родины-матери соединяются лики сестры и матери, весталки и блудницы (М. Волошин), а также жены и невесты: Как женщину, ты родину любил ... Взывая к жизни новой, И светлый рай, и перлы для венца Готовил ты **любовнице** суровой (Н. Некрасов); Как **невесту**, Родину мы любим, бережем, как ласковую **мать** (В. Лебедев-Кумач); **Сестра и мать моя! Жена моя! Россия!** (К. Бальмонт); Русь – Сама себе **мать** и дитя, И судья, и творец, и палач (Л. Ладейщикова); О, **Русь моя! Жена моя!** До боли Нам ясен долгий путь! (А.Блок «На поле Куликовом»); О, нищая моя страна, Что ты для сердца значишь? О, бедная **моя жена**, О чем так горько плачешь? (А.Блок «Осенний день»); Что ж, любовь, как видно, подождать должна, У бойца **невеста – родина** одна (Т.Тильвитис «Стужа расписала...»).

В эпохи социальных потрясений Россия – сирота, вдова: - Охаживай, ребята, наше царство-государство: она **незамужняя!** - Она **девка или вдова?** – спросил на ходу танца окрестный гость (А.Платонов «Чевенгур»); Государство наше – **вдова** слишком самолюбивая и крутая (Ю.Галкин, В.Стеценко); То ли **жена Россия**, то ль **вдовица**. Куда ни глянь – хозяйской нет руки: Худая кровля, капает водица В пустые миски – впору выть с тоски (Л. Савинская).

Кем бы ни представала родина, она всегда выступала ближайшей родственницей, самой родной, которую невозможно предать ни при каких обстоятельствах: От этой **России** временами хотелось бежать без оглядки. Но редко кто на это решался. Ведь **нищенку мать** любят и в горьком ее унижении (К.Паустовский); Бывают дни: я ненавижу Свою **отчизну – мать** свою. Бывают дни: ее нет ближе, Всем существом ее пою. ... Я – русский сам, и что я знаю? Я падаю. Я в небо рвусь. Я сам себя не понимаю, А сам я – вылитая Русь! (И.Северянин «Бывают дни...»); Страна великая, несчастная, родная, Которую, как **мать**, жалею и люблю (К.Бальмонт «Страна, которая молчит»). Причина этого – то, что Родина – всем матерям **мать**; что «презрение к родине» есть «нечто худшее, чем вражда и ненависть» (П. Столыпин). Поэтому аморальными и недо-

пустимыми практически до окончания XX века считались высказывания типа: **Россия... никогда не была для меня матерью.** Я человек вполне новой формации, и мне вообще смешна сама мысль, что какую-то страну можно любить только потому, что там родился (В.Пикуль «Богатство»).

Мачехой в старое (доперестроечное, доинтернетное) время могла быть только чужбина: Родина – мать, чужбина – мачеха. Ср.: Я понимаю, что для многих из вас (каторжников Сахалина) родина, наша прекрасная, наша необъятная Россия, стала только злой **мачехой** (В.Пикуль «Каторга»); Казалось бы, с нерадостью большою Они (каторжники Сибири) ее должны бы принимать: **Ведь мачеха, пусть с доброю душою, - Она, понятно, все-таки не мать** (Е. Евтушенко «Станция Зима»).

Новые граждане России - «строители капитализма» - не очень-то стесняются в выражениях и в предьявлении претензий родной матери (*ничего личного!*). Все чаще позволяют себе поругивать родителей: и родину, и неудачного мужа ее - государство. Мачехой называют Россию вернувшиеся эмигранты, не получившие обещанного жилья и любви: **Родина – мачеха?** Корреспондент «Труда» решил узнать, как живут наши соотечественники, которые перебрались в Россию еще в начале 90-х годов. Вот тут и выяснилось, что **Родина-мать** оглохла, ослепла и потеряла память – даже по прошествии десяти с лишним лет она так и не признала своих сынов.

Мачехой выросшие дети-нехт бичуют родину, раздражаясь из-за экономической нестабильности, из-за нехватки денег, материнской любви и заботы. Раздражаются и выносят «сор из избы» в Интернет: *Во времена СССР было принято величать Родину матерью, особенно, когда на неё покушались враги. Нынче не покушаются, да и Родина уж не та. Та Родина умерла, истпела в землице, теперь у семейного очага верховодит пришлая Мачеха. У неё свои интересы – родных детокчиновничков до ума доводить – на черта ей сдались убогие пасынки со своими проблемами? Но главный подлец в этой семейке – папаша, то бишь – Государство. И не папаша он все, а Пахан. Отцовские чувства ему неведомы, хотя в отличие от Мачехи он-то – реальный родитель, да и кормится за счёт своих отпрысков.* В тоске и стенаниях по ушедшему прошлому как-то забылось, что сами стремились в демократическое настоящее.

Интернет-детки, не жалея мать-отца ради крепкого слова, иногда переходят границы допустимого. «Тёткой паршивой», «падлой-тётенкой», «тётей-Родиной» именуют Родину-мать опять-таки из-за накопившегося раздражения: *Две границы пройдено. Ключьями рубаха. Здравствуй, тетя Родина, я - из Карабаха! Три границы пройдено. Складками надбровья. Здравствуй, тетя Родина, я - из Приднестровья! Все четыре пройдено. Упаду - не встану. Здравствуй, тетя Родина, я - с Таджикистану! За подкладкой - сотенка. Движемся - хромая. Что ж ты, падла-тетенька? Али не родная?(Евгений Лукин «Я - твой племянник, Родина!»).* Эти метафоры хоть и неприятны, но вполне объяснимы. По сути, это те же «семейные разборки»: *милые бранятся – только тешатся.* Хочется верить.

Хочется верить, что ни строй, ни новая реальность не изменит нашей сущности. Забота о Родине, о ее судьбе и благополучии (*Жила бы страна родная!*) – наша национальная черта, чему доказательством служит появившаяся в последние десять лет метафора – *Родина-дочь*, которая свидетельствует о сохранении светлых – и даже святых – чувств к Родине.

Концепция *Родины-дочери* была выдвинута *Егором Холмогоровым* - публицистом, политическим деятелем, русским националистом, главным редактором сайтов «Русский Обозреватель» и «Новые Хроники» (<http://novchronic.ru/2844.htm>): *У нашего поколения с восприятием Родины-как-матери есть, если уж быть честными, некоторые проблемы. Мы – поколение сирот, брошенных матерью в самый неподходящий момент, или бросивших её и начавших жить в трущобах обезбоженного и обезчеловеченного мира. Мы – дети неполных семей, неполного образования и недостаточного государства, слишком часто напоминавшего то ли отца-алкоголика, то ли отчима-садиста. В лучшем случае Родина-мать для нас сводится к родине-бабушке, оставившей после своей смерти однокомнатную квартиру, недвижимость. Собственно, Родина, если говорить всерьез, для нашего поколения именно недвижимость, то есть то, что распилить и продать за границу оказалось все-таки не просто.*

*Но есть на свете одно существо, которое никогда не предаст. Существо, которое будет тебя любить и которое обязан любить ты. Существо, за которое ты абсолютно в ответе.*

Существо, которое для тебя всего ценнее в мире и за которое ты перегрызешь глотку любому врагу. Это твоя дочь.

Сегодня, если к Родине и применима какая-то родственная метафора (а это ведь больше чем метафора), то только эта. **Родина-дочь**. Не столько она родила нас, сколько мы родили её. Не столько она воспитывает нас, сколько мы призваны её воспитывать, её кормить, оберегать, создавать из еще так слабого и почти беззащитного существа будущую невесту, будущую мать, ту, которая родит своих сыновей и сможет быть **Родиной-Матерью**.

Это самое трудное. **Родина-Мать** она была до тебя, она такая, какая есть, она старше и мудрее. Родина-дочь, она твое произведение, плод твоего труда, и если что-то в ней не так, то и твоя в этом вина. Мать – твое прошлое, дочь — твое будущее. Ты видишь в ней родовые черты, угадываешь свойства прошлых поколений, из которых одним являешься ты. Но ты еще не знаешь, как это прошлое отразится в будущем, к формированию какого характера, какой личности приведет.

Сегодня Россия — это будущее, это, прежде всего проект, строительство и образование, это наша воля к будущему, формирующая свой образ прошлого и отталкивающаяся от настоящего. Мы, несмотря на любые кризисы и катаклизмы любим её, трудимся для нее и заботимся о ней. И знаем, что она будет самой красивой, самой умной, самой счастливой. Наша **Родина-дочь**.

Надо сказать, что это не единственный случай употребления данной метафоры. Раньше она встречалась в стихах известного советского поэта Д.Н. Кугультинова:

**Мать-родина!** Так люди называют  
Ее издревле...  
Она щедра по-матерински, — знаю,  
Но **родина** - она и **дочь родная**.  
Все лучшее - и труд, и вдохновенье –  
Самозабвенно отдаем мы ей,  
Как только детям отдают – продленье  
Быстротекущих, кратких наших дней...  
Здесь все мое!.. Бери его, упрочь.  
О родина моя!.. О мать и дочь!

Не будем смущаться столкновению национального и националистического. Как верно замечает С.Г. Воркачев, «можно предполагать, что национализм в конечном итоге представляет собой продукт рационализации патриотизма, когда любви к родине подыскиваются «разумные» основания и выясняется, за что именно мы ее любим, чем она хороша и чем она лучше других» (Воркачев 2013: 21-22).

Сегодня поисковая строка в интернете выдает уже и сказки нового времени про Родину-дочь: *Руководитель этот, конечно, предпочел бы сохранить страну с сельпо и лунными тракторами, а не коров по дворам раздавать, но от него не все зависело. И он как-то интуитивно поменял концепцию: раз Родина-мать не справляется, надорвалась, захворала и дает осечку, то теперь у нас будет Родина-дочь. С детьми ведь как? Чего навоспитаем – то и наше. Как полопает – так и потопают. Если Родина – детище, то мы ее каждодневно формируем и защищаем на любых фронтах.*

Метафора, похоже, обживаетеся в уголках нашего сознания (по крайней мере, понимается).

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Багичева Надежда Васильевна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, кандидат филологических наук, доцент*

*E-mail: espoir17@mail.ru*

**Н. А. Балукова,**

**Л. Е. Веснина**

Екатеринбург (Россия)

#### **ЛЮБОВЬ И СПАСЕНИЕ**

**С «ВЕЛИКИМ БЕЛЫМ БРАТСТВОМ “ЮСМАЛОС”»:**

**РЕЧЕВЫЕ СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ**

**В ТЕКСТАХ РЕЛИГИОЗНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ\***

Под речевым воздействием мы понимаем набор стратегий, которые реализуются с помощью речевых тактик и коммуникативных ходов. В свою очередь, речевая стратегия – это совокупность речевых действий, направленных на решение общей

---

\* Работа выполнена при поддержке РГНФ: проект 12-04-00175а «Лингвистика и психология: экстремистский текст и деструктивная личность»

© Балукова Н. А., Веснина Л. Е., 2013

коммуникативной задачи говорящего. Речевая тактика – одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии; коммуникативный ход – прием, выступающий в качестве инструмента реализации той или иной речевой тактики.

Тоталитарная секта – особая авторитарная организация, лидеры которой, стремясь к власти над своими последователями и к их эксплуатации, скрывают свои намерения под религиозными, политико-религиозными, психотерапевтическими, оздоровительными, образовательными, научно-познавательными, культурологическими и иными масками. В современной сектологии организация «Великое Белое Братство ЮСМАЛОС» входит в перечень сект тоталитарного типа.

В ходе анализа 150 текстов организации «Великое Белое Братство» выявлены 4 основные коммуникативные стратегии: уговаривания, дискредитации, императивности, запугивания.

**Стратегия уговаривания** реализуется посредством таких тактик как апелляция к чувствам адресата, к качествам партнера, к разуму, к авторитету. При необходимости она включает в себя такие речевые тактики как угроза, упрек, дискредитация, позволяющие расширить прагматическое воздействие на адресата.

**Стратегия дискредитации** представлена прямой и метафорической негативными характеристиками (*служители церкви сатаны, чёрные слуги Антихриста, чернушники, рептилоиды, псевдоучителя, волки в овечьих шкурах и др.*). Дискредитируется всё и вся, не имеющее отношения к организации, её деятельности и руководству. Применяются как прямые обвинения и оскорбления, так и метафорические характеристики оппонентов, чаще всего метафора для более эффективного воздействия на адресата используется в совокупности с красочным эпитетом.

**Стратегия запугивания** достигается посредством следующего набора тактик: апелляция к Библии, апелляция к идее об Апокалипсисе, создания образа врага, угроза экологической катастрофы. Запугивание позволяет медленно, но верно разрушать личность и, манипулируя мыслями, чувствами и поведением последователей, реформировать их сознание, что является основной целью организаторов секты. Активно воздействуя на сознание и подсознание людей с помощью ряда специальных тактик, последователям прививаются фобии и зависимости, лишаящие их возможности покинуть секту и адекватно оценивать ситуацию.

При реализации **стратегии императивности** возвеличивается деятельность организации «Белое Братство» и её руководители, авторы не скупятся на атаку любовью с помощью следующих языковых средств: эпитеты *лучезарные, милые, любимые, сокровенные* и др.; слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами *доченьки, роденькие, сыночки, детка, деточка* и др.; библеизмы *Пастыря Своего, Мир тебе, Во имя Спасения нашего* и др.; инверсия *Рвётся Сердце Моё из груди; Являет собой Любовь Божию* и др.; устаревшая лексика *созидет, превечный, воссиять* и др. Кроме того, нельзя не заметить обилие восклицательных конструкций, передающих восторженность, восхищение, приводящих адресатов к экзальтированности и возвышенному фанатизму (*Дети Мои! Как Я Страдаю за вами! Как Я Люблю вас! и др.*).

Отличительной особенностью текстов рассматриваемой организации является апелляция к таким понятиям как *вера, любовь, вечность, конец света* и др. Ключевой фигурой является *Матерь Мира Мария ДЭВИ ХРИСТОС* – образ, актуализирующий в сознании адресата сразу несколько сакральных имен – *Богородица Мария* и *Иисус Христос*. Подчеркнуть избранность и правоту *Матери Мира Марии ДЭВИ ХРИСТОС* помогает принцип контраста, по которому строится большинство текстов организации: **Она**, избранная и богоданная, и все прочие, порочные и недостойные (официальная религия, современное общество, журналисты, политики и др.).

Такой набор коммуникативных стратегий и реализующих их тактик обусловлен самой спецификой организации: «Великое Белое Братство «ЮСМАЛОС»» – это деструктивный религиозный культ, в котором ведущими средствами воздействия на сознание оказываются обращение к непреходящим духовным ценностям; атака любовью; апелляция к тексту Библии; критика официальной церкви; культивирование чувства страха и вины среди адептов; а также превознесение личности и непрерываемость авторитета лидера сообщества и неоспоримость истинности проповедуемого учения.

### **ИСТОЧНИКИ**

Все статьи, послужившие языковым материалом для анализа, взяты с официального сайта организации «Великое Белое Братство «ЮСМАЛОС»». URL: <http://www.usmalos.com>

## **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ**

*ФИО: Балукова Наталья Андреевна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, студентка 5 курса Института филологии, культурологии и межкультурной коммуникации*

*E-mail: nata\_balukova@mail.ru*

*ФИО: Веснина Людмила Евгеньевна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации,*

*E-mail: levesna@yandex.ru*

**А. А. Баранова**

Екатеринбург (Россия)

## **СПОСОБЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ РОССИИ КАК ПОЛИТИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА В ПРОГРАММАХ РАДИОСТАНЦИЙ «РАДИО РОССИИ» И «ЭХО МОСКВЫ»**

Россия как политический субъект широко представлена в эфире российских СМИ, однако СМИ с разными концепциями по-разному характеризуют российское государство и используют для этого различные способы репрезентации. В рамках данного исследования мы проанализировали 100 радиопрограмм, вышедших в эфир двух российских общественно-политических радиостанций – государственного СМИ «Радио России» и позиционирующего себя как независимое СМИ «Эхо Москвы». Для анализа выбраны передачи, которые посвящены политическим проблемам («В круге света», «Особое мнение», «От первого лица», «Персона грата», «Разворот», «Реплика Бунтмана» и др., выпуски с 2008 по 2010 гг.).

В ходе анализа выделены такие способы репрезентации России, как репрезентация с использованием определения, фактических данных, образных средств (сравнения, языковая игра и другие средства выразительности), а также репрезентация с использованием сопоставления. Отметим, что способы репрезентации политического субъекта неразрывно связаны с его характеристиками, поэтому в ходе исследования использовались методы контент-анализа, а также элементы контекстуального и дискурсивного анализа [Иссерс 1999; Чудинов 1996; Гаврилова 2002].

**1. Репрезентация России с использованием фактических данных.** Частотным способом репрезентации России является репрезентация через фактические данные. Чаще всего фак-

тические данные, связанные с Россией, используются на «Радио России», причем обычно это данные, положительно характеризующие страну, с дополнительными оценочными комментариями.

На «Радио России», особенно в период кризиса, российское государство изображалось как практически единственный субъект, способный противостоять кризису. В 2009 году – в период первой волны финансового кризиса – много программ «Радио России» были посвящены тому, какие шаги предпринимает Россия для выхода из кризиса. Так, журналист В. Ушканов разговаривает на эту тему с директором Института социальной политики и социально-экономических программ Высшей школы экономики С. Смирновым:

*В. Ушканов: По вашим оценкам, кто более всего пострадал в **России** от финансово-экономического **сумбура**, который мы сегодня наблюдаем?*

*С. Смирнов: В первую очередь пострадали те, кто жил не по средствам, те, кто тратил деньги, которые действительно были на фоне больших нефтяных доходов, не задумываясь о будущем [Персона грата // Радио России. 2009. 23 марта].*

Журналист характеризует кризисную ситуацию в России как «финансово-экономический сумбур». Значение слова «сумбур» отрицательное, оно подкрепляется словом «пострадал». Но гость отчасти пытается успокоить слушателей. Из его слов следует, что пострадали в первую очередь богатые люди, олигархи, а простым гражданам кризис принес не так много проблем. Фактические данные в приведенном примере – сокращение доходов от продажи нефти.

Россия даже в период кризиса представлена как страна, заботящаяся о своих гражданах, например, о пенсионерах. В. Исаев отмечает в эфире: *«В этой ситуации то, что **Россия** не отказалась еще до кризиса от намеченных планов существенного повышения пенсий, на мой взгляд, очень хороший знак»* [От первого лица // Радио России. 2009. 22 дек.]. Фактические данные в приведенном примере – повышение пенсий (правда, нет точных цифр) – сопровождаются оценочным комментарием «хороший знак».

Интересно, что даже фактические данные, негативно характеризующие Россию, на «Радио России» подаются со смыслом «Да, есть проблема, но государство её решает». Журналист в программе «Национальная безопасность» говорит: *«В **России** нет никаких законов, которые защищали бы врача, и никаких органов, которые осуществляли бы такую защиту»* [Национальная безопасность // Радио России. 2009. 23 июня]. Фактические дан-

ные – отсутствие необходимых законов. Однако тема программы – разработка нового законопроекта, касающегося врачей, то есть государство уже исправляет ситуацию, в целом характеристика государства получается положительная.

На радиостанции «Эхо Москвы» гораздо меньше фактических данных, связанных с характеристикой России. По большей части в программах можно услышать размышления о положении страны в целом. Например, часто обсуждается тезис об отсутствии демократии в России. Так, С. Сорокина обсуждает возможность создания демократического государства с лидером общественного движения «Народно-демократический союз» М. Касьяновым [В круге света // Эхо Москвы. 2009. 30 июня]. Факт отсутствия демократии подтверждается в программе только с помощью данных об отсутствии выборов на некоторые должности. А из словарного определения следует, что не только в этом состоит демократия. Другие фактические данные в программе не приводятся, разговор переходит в модальность долженствования. Тем не менее, журналист и гость характеризуют страну как недемократическую.

**2. Репрезентация России с использованием образных средств.** Все образные средства характеристики России распадаются на две группы: 1) средства, связанные с традиционной метафорой «Российское государство – как живое существо»; эти средства несколько частотны, что почти потеряли свой экспрессивный потенциал и воспринимаются как норма; 2) собственно образные средства, сохраняющие свой экспрессивный потенциал.

Средства первой группы преобладали и в равной степени использовались в эфире обеих радиостанций. России в радиопрограммах приписывалось много качеств живого существа: оно может совершать самые разные действия – «принимать решения», «дружить», «помогать» кому-либо, «обещать», «вмешиваться» в дела других субъектов. Эти средства обычно совмещались с другими средствами характеристики субъекта.

Средства второй группы были представлены в основном в эфире радиостанции «Эхо Москвы», и в эту группу вошли преимущественно намеки. Например, журналист О. Журавлева отмечает: *«В России есть много разных традиций. В том числе традиции стопроцентного голосования на выборах, например, или еще какие-то. Связанные не с физическими воздействиями»* [Разворот // Радио России. 2008. 28 июля]. «Традиция стопроцентного голосования» – намек на нечестность выборов в России и

отсылка к традициям советской эпохи, когда по документам всегда писали, что люди проголосовали полностью и единодушно. Иными словами, России приписывается признак «нечестность».

В некоторых программах России приписывается признак «невыполнение обязательств». С. Бунтман делает это с помощью намека: *«Можно декларировать, что **Россия** и действовала, и собирается действовать в рамках международных правил, признанных ООН, но куда в таком случае девать принцип территориальной целостности Грузии, признанной всеми, кроме **России**? Как быть, если даже конкретный план Медведева-Саркози **Россия** выполнила только отчасти?»* [Реплика Бунтмана // Эхо Москвы. 2009. 7 авг.]. Автор намекает на то, что Россия не соблюдает правила ООН.

### **3. Репрезентация России с использованием определения.**

Хотя в чистом виде определение России встречается редко, в программах есть немало определительных конструкций, связанных с российским государством. Эти конструкции целенаправленно использованы авторами для характеристики России.

В эфире «Радио России» подобные конструкции позволяют описать Россию как государство, у которого большой потенциал. Президент Центра стратегических разработок М. Дмитриев так характеризует Россию: *«Главная проблема России – в наших успехах в последние десятилетия. Эти успехи грандиозны. Не надо их недооценивать. Мы сделали гигантский шаг в нашем развитии. Россия сегодня находится на самом высоком уровне экономического процветания за всю свою историю – такого не было никогда... Мы так быстро развивались, что неожиданно для себя подошли к порогу, за которым начинается уже категория развитых стран, относящихся к странам с высоким уровнем дохода. Но для того чтобы этот порог перейти, нужно выполнить очень много условий, которые, к сожалению, в российской экономике, в нашей стране, оказались пока невыполнимы. И это самая главная проблема сегодня»* [От первого лица // Радио России. 2010. 4 февр.]. Автор использует оксюморон «проблема – в успехах». Проблема – нерешенное, а успех – решенное, слова по смыслу несовместимы. Далее автор поясняет свою позицию. Россия охарактеризована восторженно: грандиозный, процветание. С другой стороны, автор выражает и негативные эмоции («к сожалению»). Россия предстает достаточно противоречивым субъектом.

На радиостанции «Эхо Москвы» в определительных конструкциях появляются негативные характеристики России: *«Россия – страна так себе»* [В круге света // Эхо Москвы. 2008. 22 янв.]. Разговорное словосочетание «так себе» передает характеристику «не очень хорошая», а дальше в программе многократно подчеркивается, что в России трудно что-либо сделать, то есть Россия характеризуется как страна с большими трудностями. Правда, завершая разговор о России, журналистка С. Сорокина старается быть оптимистичной: *«Вообще, вы знаете, наша страна при всем при том, как бы мы ее ни ругали и какая бы она ни была тяжелая, она при всем том страна, где ну что-то все-таки можно сделать. Даже преодолевая и сопротивляясь. А может быть, сделать хотя бы себя самого»* [В круге света // Эхо Москвы. 2008. 22 янв.]. Здесь добавляется мотив преодоления, также достаточно характерный для описания России во многих программах.

**4. Репрезентация России с использованием сопоставления.** На «Радио России» ощущается стремление показать, что Россия – вполне благополучное европейское государство. Даже когда заходит речь о мировом финансовом кризисе, гость одной из программ «Радио России» В. А. Головнев говорит о том, что положение России не хуже, чем у всех: *«Мы живем в мировом финансовом кризисе. Это не кризис только России, он накрыл весь мир. Поэтому понятно, что без потерь кризис не может пройти. В целом на фоне ситуации в мире Россия не так плохо выглядит»* [От первого лица // Радио России. 2009. 25 июня]. А директор Центра европейской безопасности Т. Г. Пархалина доказывает, что Россия относится к числу европейских стран (хотя и с некоторыми оговорками): *«Мы действительно европейская страна, поэтому, когда говорят "Россия и Европа", я все-таки корректирую фразу. Россия, конечно, "другая Европа": это Восточная Европа, со своей историей и своими особенностями, но ведь и между странами Западной Европы существуют большие различия, как, например, между Францией и Германией, Францией и Италией. Поэтому я говорила бы, скорее, о России в Европе...»* [От первого лица // Радио России. 2010. 12 марта]. Автор высказывания выражает несогласие с тем, что Россия часто противопоставляется европейским странам: *«У нас часто думают, что враги окружают Россию, и это интриги Запада против России. Но это далеко не так»* [От первого лица // Радио России. 2010. 12 марта].

На радиостанции «Эхо Москвы» Россия на фоне других государств описана противоречиво: 1) влиятельная глобальная держава, занимающая срединное положение между Западом и Востоком, способная противостоять Западу и влиять на положение других стран, 2) страна третьего мира в стадии упадка. Поясним это противоречие на примерах.

В речи журналиста М. Маргелова при перечислении стран вырисовывается иерархия «глобальные – маленькие страны»: *«Каждая страна, каждая маленькая страна – а упомянутые вами страны – и Сирия, и Венесуэла, и Украина – это маленькие страны, они так или иначе лавируют между Россией и США, между США и Китаем, между Китаем и Евросоюзом, между Евросоюзом и Россией. На этом строится их внешняя политика, на этом строится их любая предвыборная кампания, любая кампания»* [Безвластие // Эхо Москвы. 2009. 9 янв.]. Все-таки Россия попала в число глобальных держав. В некоторых программах Россия представлена наравне с Америкой, может сотрудничать с ней. Н. Асадова отмечает: *«Как известно, **Россия** всячески собирается способствовать Америке в урегулировании этой проблемы»* [Разворот // Эхо Москвы. 2009. 3 дек.].

Но гораздо чаще намечается противостояние России и Запада. В высказывании М. Маргелова намечается классификация «Восток – Россия – Запад»: *«Мне только непонятно одно: почему вот это вот самое различие мнений, в конечном счете, выливается в отстаивание, на мой взгляд, абсолютно ложного тезиса: «Дружить с Западом значит ругаться с Москвой». Вот это мне непонятно совершенно. Почему стремление дружить с Западом – это такое вот стремление дружить против России? Ну, кто вам сказал, что Россия не собирается дружить с Западом? Мы дружим с Западом так же, как и с Востоком»* [Безвластие // Эхо Москвы. 2009. 9 янв.]. Здесь журналистский дискурс отражает исторически сложившееся представление о промежуточном положении России.

С другой стороны, в некоторых программах Россия, наоборот, относится к числу стран третьего мира. С. Бунтман размышляет в эфире: *«Малоприятно, что российская компания стоит в одном списке с разнообразными организациями из Северной Кореи, Венесуэлы, Сирии, со «Стражами революции»... Но давно понятно, что **Россия** по праву занимает место в ряду подобных*

*стран, что это все «наши»» [Реплика Бунтмана // Эхо Москвы. 2008. 24 окт.].*

Конечно, такое разнообразие структурных характеристик России связано с разнообразием гостей программы, точки зрения которых часто не совпадают. В целом, формируется такое впечатление, что Россия – государство, которое пытается бороться, но недостаточно влиятельно.

Подводя итог, можно отметить, что Россия в эфире радиостанции «Радио России» чаще репрезентировалась через фактические данные, а в эфире радио «Эхо Москвы» – в большей степени через образные средства, при этом сопоставление России с другими странами встречалось в равной степени в программах обеих радиостанций. Использование перечисленных способов репрезентации позволяло в эфире радиостанций присваивать России разные, зачастую противоположные характеристики. В эфире «Радио России» российскому государству приписаны в основном положительные характеристики: «большой потенциал», «преодоление сложностей», «выполнение обязательств» (правда, есть и негативные моменты – «сумбур», «кризис»), «глобальная держава», «не хуже других стран». На радиостанции «Эхо Москвы» появляется немало критических элементов: «страна так себе», «плохие традиции», «невыполнение обязательств», «неблагополучие», «страна третьего мира». Так концепция СМИ накладывает отпечаток на особенности репрезентации политического субъекта – в данном случае России.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Гаврилова М. В. Критический дискурс-анализ в современной зарубежной лингвистике. СПб. : С.-Петербург. ун-т, 2002.

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск : Гос. ун-т, 1999.

Чудинов А. П. Политическая лингвистика. М. : Флинта, Наука, 2006.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Баранова Анна Александровна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью*

*E-mail: Annie.urgu@mail.ru*

**Е. Н. Басовская**  
Москва (Россия)

**СОВЕТСКИЙ ТОЛКОВЫЙ СЛОВАРЬ  
КАК СРЕДСТВО ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ  
(ИЗ ИСТОРИИ НАСТРОЙКИ ИНСТРУМЕНТА)**

Общеизвестно, что толковый словарь отражает наивную картину мира. Однако в тоталитарном обществе ей, с точки зрения власти, не следует быть слишком наивной. Скорее напротив – словарь становится одним из важных инструментов формирования идеологизированной картины мира, которую отличает прежде всего однозначное деление реалий на «свои» и «чужие», взглядов – на «верные» и «неверные», вообще резкое противопоставление позитивного и негативного, а также выявление политической подоплеки нейтральных, на первый взгляд, фактов.

Исследование посвящено истории формирования концепции советского толкового словаря и ее воплощения в 1930-1950-х гг. В качестве источников используются первые издания «Толкового словаря русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова, «Словаря русского языка» С. И. Ожегова, русские дореволюционные толковые словари, газетные и журнальные публикации советского периода, архивные материалы, связанные с работой над советским толковым словарем русского языка начиная с 1920-х гг.

Черты инструмента политического воздействия на сознание обнаруживаются как в «Толковом словаре русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова, так и в «Словаре русского языка» С. И. Ожегова.

«Толковый словарь русского языка» под ред. Д. Н. Ушакова начал выходить в 1935 г. Его первый том подвергся жесткой критике в «Литературной газете». Рецензенты К. Казимирский и М. Аптекарь писали, что словарь не дает представления об образцовом русском языке; пронизывающие его образцы мещанского, хулиганского и воровского жаргона, обилие примеров трактирно-рыночного быта делают его словарем отнюдь не того языка, «которым каждый день говорит наша литература, наша печать с миллионами трудящихся». Среди серьезнейших претензий к словарю называлось включение в него «поповских»

слов и выражений при недостатке технических и особенно политических терминов [Казимирский 1935: 4].

Выдержанная в значительно более мягком тоне рецензия П. Я. Черных содержала тем не менее пожелания, связанные с идеологическим наполнением словаря. Например, автор отзыва рекомендовал составителям избегать термина «просторечие», поскольку его внутренняя форма порождает ложное представление, будто речь простого народа – это то же самое, что неправильная речь [Черных 1935: 105].

Работа над четырехтомным словарем была продолжена с учетом партийной критики. В этом смысле показательно появление книги «Словарь русского языка. Инструкции для редакторов», автор которой, акад. С. Н. Обнорский, указывал: «При подборе иллюстрирующих примеров учитывается не только наличие в примере данного слова, но и идеологическое, в частности политическое, содержание примера» [Обнорский 1936: 3-4]. В соответствии с этими указаниями редакция дополнила последующие тома примерами из произведений классиков марксизма и партийных деятелей, причем цитаты такого рода подбирались отнюдь не только в качестве иллюстративного материала к политическим терминам. Характерна в данном отношении статья «ПЕСТОВАТЬ», содержащая пример из работы И.В. Сталина: «25 лет пестовал товарищ Ленин нашу партию и выпестовал ее, как самую крепкую и самую закаленную в мире рабочую партию» [Толковый словарь... 1939: 241].

Критической стала и реакция официальной прессы на первое издание «Словаря русского языка» С. И. Ожегова, создававшийся на базе «Толкового словаря» под ред. Д. Н. Ушакова. Показательно, что существо претензий, высказанных в академических и массовых изданиях, практически совпадает. Так, в журнале АН СССР «Советская книга» была помещена рецензия научного сотрудника Института русского языка, кандидата филологических наук Н. Ю. Шведовой – будущего редактора и соавтора С. И. Ожегова. По ее словам, «толкование общественно-политических терминов, связанных с марксистско-ленинским учением, должно быть особенно четким, ясным, безукоризненно верным. Поэтому вызывает возражение, например, толкование слова коммунизм, где неточно определено отношение коммунизма к социализму...». В то же время автор рецензии настаивала на необходимости исключить из словаря такие устаревшие лексемы,

как «абракадабра», «анахорет», «амикошонство», «реноме», «рептилия», «экслибрис» и другие [Ожегов 1949: 97].

Рецензент Н. Родионов в газете «Культура и жизнь» тоже объявил новый словарь недостаточно современным, не отражающим изменений, которые произошли в русском языке при социализме (например, в нем не нашли отражения названия примет новой жизни: «агитпункт», «военком», «политрук», «физкультура»). Недостатком словаря было сочтено и то, что он включил в свой состав термины религиозного культа, а также местные, профессиональные и жаргонные слова [Родионов 1950: 4].

В 1952 г. словарь вышел вторым изданием, исправленным и дополненным. Составитель добавил в него лексемы «агитпункт», «взаимосвязь», «военком», «политрук» и «физкультура» и русское слово «призыв» (не отказавшись, правда, от «иноземного» синонима «лозунг»); дополнил словник существительным «продавец», а прежнее «торговка» снабдил пометой «устар.»; исключил иностранные слова «амикошонство», «антиципация», «архипастырь», «декокт», «диатонический», «реноме», «эгрет», «экзерциции», «экслибрис», нелитературные «холява» и «ржище», Сохраненные, несмотря на замечания рецензентов, слова получили ограничительные пометы, например: «абракадабра» (книжн.), «анахорет» (книжн., устар.), «глядь» (разг.), «вишь» (прост.), «натореть» (прост.), «аббревиатура» (книжн.), «бекар» (спец.), «диакритический» (спец.), «рептилия» (спец.).

Наиболее сложной, без сомнения, оказалась работа над уточнением толкований слов. Некоторые из них, относившиеся к общественно-политической лексике, в соответствии с указаниями рецензента были приближены к марксистским. Так, «нация», значение которой объяснялось в первом издании словаря как «часть человечества», получила следующее определение: «исторически сложившаяся устойчивая общность людей, возникшая на базе общности языка, территории, экономической жизни и психического склада, проявляющегося в общности культуры» [Ожегов 1949: 353]. Эта формулировка в точности повторяла содержавшуюся в статье И.В. Сталина «Марксизм и национальный вопрос» [Сталин 1946: 296], что делало ее недостижимой для критики.

Изменена была и словарная статья «коммунизм»: в примерах появилась фраза «Социализм – первая фаза коммунизма» [Ожегов 1949: 252]. У слова «партийность» появилось до-

полнительное значение, ставшее первым, то есть признанное основным: «направление в работе, деятельности, проникнутое коммунистической идеологией, беззаветной преданностью делу партии Ленина-Сталина, делу борьбы за построение коммунизма» [там же: 445]. Данное изменение стало одним из ярких отражений процесса становления советского политического языка, одной из существенных черт которого является расширение значений слов общественно-политического содержания. При подготовке второго издания словаря не были учтены лишь некоторые замечания Н. Родионова, во-первых не имевшие идеологического подтекста и, во-вторых, очевидно абсурдные.

Но и после доработки словаря советская пресса продолжала высказывать замечания в его адрес. Критика вновь звучала со страниц как массовых, так и научных изданий. В 1953 г. в рецензии А. Дымшица говорилось о том, что в словаре «немало нечетких в политическом отношении формулировок» [Дымшиц 1953: 280]. Аналогичные претензии содержала и специальная статья А. П. Евгеньевой, где отмечалось: в словаре нет «целого ряда слов, с которыми мы встречаемся в «Кратком курсе истории ВКП(б), в сочинениях В. И. Ленина и И. В. Сталина, в нашей общественно-политической литературе, в газетах, журналах и т.д.». При этом в словарь было включено немало нелитературных и устаревающих слов (таких как «барахло», «манка», «шпана»), что противоречило, по мнению рецензента, задаче повышения культуры народа [Евгеньева 1953: 51-52]. Во многом аналогичные соображения высказал в том же номере «Вопросов языкознания» Р.Р. Гельгардт, прямо заявлявший, что второе издание словаря значительно превосходит первое по качеству благодаря воздействию «сталинского учения о языке на развитие научной мысли в области лексикографии» [Гельгардт 1953: 131].

В целом история обсуждения в печати и дальнейшей переработки советских толковых словарей свидетельствует как о существенном влиянии партийной прессы на академическую науку, так и о характерном для 1930-1950-х гг. официальном понимании «хорошего», «правильного», языка как языка политизированного, отражающего коммунистическую идеологию и, кроме того, «дисциплинированного», свободного от нелитературных элементов.

Превращение толкового словаря в одно из средств воздействия на сознание носителя языка шло в трех основных направлениях: во-первых, словник очищался от лексем, отражав-

ших реалии старого мира, и пополнялся советскими неологизмами, во-вторых, толкования ряда значений (прежде всего – общественно-политической лексики) превращались из лингвистических в энциклопедические с целью формирования и закрепления в сознании читателей системы понятий марксистско-ленинского учения. Наконец, в-третьих, происходило параллельное очищение словника и от сугубо книжной, и от вульгарной лексики. Первая рассматривалась как непонятная простому народу, вторая – как пережиток его дикого дореволюционного состояния. В результате словарь становился отражением не истинного положения дел в языке, а одной из мифологем эпохи тоталитаризма – представления о культурном и идейном народе, строящем коммунизм.

Словарь, в полной мере отвечавший специфическим требованиям официальной идеологии, так и не был создан в советский период отечественной истории. Его рождению неизменно препятствовала высокая культура составителей, находивших способы обойти значительную часть идеологических ограничений.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Гельгардт Р. Р. Словарь русского языка. Сост. С. И. Ожегов // Вопросы языкознания. 1953. № 3.

Дымшиц А. Заметки на полях словаря // Новый мир. 1953. № 1.

Евгеньева А. П. К вопросу о типе одностомного толкового словаря русского языка советской эпохи // Вопросы языкознания. 1953. № 3.

Казимирский К., Аптекарь М. Игруны // Литературная газета. 1935. № 58.  
Обнорский С. Н. Словарь русского языка. Инструкция для редакторов. М., Л. : АН СССР, 1936.

Родионов Н. Об одном неудачном словаре // Культура и жизнь. 1950. № 16.

Сталин И. В. Сочинения. Т. 2. М.: ОГИЗ, 1946..

Толковый словарь русского языка. Т. III. М.: Гос. изд-во иностранных и национальных словарей, 1939.

Черных П. Я. Толковый словарь русского языка. Т. 1 // Новая Сибирь. 1935. № 5.

Шведова Н. Ю. Словарь русского языка. Составил С. И. Ожегов // Советская книга. 1949. № 10.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Басовская Евгения Наумовна*

*Место работы и должность: Российский государственный гуманитарный университет, доктор филологических наук, доцент, зав. кафедрой медиаречи Института Массмедиа*

*E-mail: jeni\_ba@mail.ru*

**Е. В. Бастинович**  
Сургут (Россия)

**ПРОЯВЛЕНИЯ СИНТАКСИЧЕСКОЙ ИНТЕРФЕРЕНЦИИ  
ПРИ ФОРМИРОВАНИИ  
РУССКО-НЕМЕЦКОГО БИЛИНГВИЗМА**

Достаточное оснащение учебной литературой, использование современных интенсивных методов обучения, специально оборудованные кабинеты для изучения иностранного языка, но, не смотря, на все эти условия в речи студентов наблюдается изобилие разного рода ошибок. Обычно, под ошибками понимают нарушения норм грамматики, лексики или фонетики, это может быть вызвано различными факторами, изучение которых, несомненно, является актуальным на сегодняшний день.

Как показывает практика, причины ошибок в построении высказываний на иностранном языке во взаимовлиянии языковых элементов и правил двух или более языковых систем.

Вафеев Р.А. справедливо отмечает: «При обучении речевой деятельности на иностранном языке главная трудность состоит в овладении лексическими, грамматическими формами и синтаксическими структурами иностранного языка в единстве с их значением, что связано с созданием новой сложной и динамической системы речевых грамматических автоматизмов, без которых пользование речью как нормальным средством коммуникации невозможно» [Вафеев1989: 7].

Грамматическая и лексическая межъязыковая интерференция есть вызванный объективными расхождениями процесс конфликтного взаимодействия речевых механизмов, внешне проявляющегося в иноязычной речи билингва, в отклонениях от грамматических закономерностей под влиянием отрицательного воздействия родного языка, психофизиологической основой, которой является контакт конфликтного взаимодействия разных лексических, грамматических ассоциативных связей (динамических стереотипов) на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях, в основе чего лежит ассоциативное, проактивное, репродуктивное или ретроактивное торможение.

Об этом же говорят и другие исследователи: грамматическая (лексическая) межъязыковая интерференция – это наруше-

ние грамматических (лексических) или отклонение от грамматических (лексических) норм изучаемого языка вследствие переноса грамматических навыков и умений родного языка, сформированных на основе грамматических норм его языковой системы [Чернецкая 2001: 206].

Ошибки, вызываемые интерференцией, необходимо рассматривать как типичные, потому что они допускаются в речи большинства обучаемых. При этом они возникают независимо от методов обучения и на каждой ступени они различны. Однако, на начальной ступени, их значительно больше, чем на продвинутой. Большинство ошибок возникает из-за отсутствия четкого представления о системе правил изучаемого языка: обучаемому "... кажется, что в любом языке все должно быть выражено точно так или почти так же, как в его родном языке, поэтому даже частичное отождествление и смешение двух языковых систем приводит к ошибкам в речи" [Щерба 1958: 5].

Пока он не овладеет системой этих правил, до тех пор он будет продуцировать ошибки в иностранной речи под влиянием знаний, сформированных в родном языке. Вот почему важно "... с самого начала понять: разные языки могут совсем по-иному выразить одну и ту же мысль, одно и то же содержание" [Леонтьев 1990: 5].

Для определения характера трудностей овладения студентами грамматическими явлениями иностранного языка, в нашем случае немецкого, их следует рассматривать в сопоставительном плане с аналогичными явлениями русского языка [Шатилов 1986: 108]. Для комплексного подхода к изучению трудностей целесообразно выбрать синтаксический уровень. Ведь "синтаксис – это компонент языка, охватывающий конструируемые семантические и материальные (субстанциональные) единицы, а также правила их построения и употребления. Семантические единицы в сравниваемых языках в основном совпадают. Это объясняется общими закономерностями отражения действительности, сознанием, общими закономерностями мышления" [Абрамов 2001: 259].

В немецком языке, как известно, за глаголом в личной форме в разных топологических схемах предложений закреплены определенные места. У русского глагола в функции сказуемого, напротив, нет жесткой закрепленности в определенных позициях в предложении, позиция русского глагола-сказуемого

во многом определяется коммуникативной структурой, значимостью тех или иных членов предложения. Данное обстоятельство служит причиной трудно изживаемых ошибок. В схеме, используемой в повествовательном предложении в немецком языке, финитум стоит на втором месте. В русском языке место глагола не закреплено: *Рано он сегодня пришел.* - *Früh ist er heute gekommen.* То же самое относится и к вопросительным предложениям: *Когда он сегодня пришел?* - *Wann ist er heute gekommen?*

Центральное место принадлежит проблеме коммуникативного задания. Особое внимание к этому явлению не случайно, поскольку формальные средства выражения коммуникативного задания в немецком языке относятся к наиболее трудным явлениям. Оно определяется конкретной обстановкой акта общения: намерением говорящего и осведомленностью слушающего о предмете сообщения, говорящий учитывает, что уже знает слушатель, и, исходя из этого сообщает ему новую информацию. Сочетание известного и неизвестного для слушающего составляет основу всякой коммуникации. Так, например, данное (тема) и новое (рема) тесно взаимосвязаны – одно предполагает другое. Овладение конкретными правилами использования всех средств выражения коммуникативного задания предложения в немецком языке сопоставительно с русским языком является необходимым и в практике перевода.

При переводе с русского языка на немецкий, исходя из закономерностей размещения членов предложения в русском языке, необходимо одновременно учитывать правила, определяющие местоположение слов внутри немецкого предложения.

1. Место сказуемого в русском и немецком языках редко совпадает, поскольку в немецком языке оно является строго фиксированным.

В приведенном ниже примере сказуемое в оригинале и переводе занимает одно и то же место:

Типичный берлинец *проводит* свои выходные в «Зеленом лесу».

Der typische Berliner *verbringt* sein Wochenende im „Grünen Wald“.

Гораздо чаще место сказуемого в русском и немецком языках не совпадает:

После занятий я сразу *иду* домой.

Nach dem Unterricht *gehe* ich sofort nach Hause.

Сказуемое, занимающее в русском языке пятое место, согласно нормам немецкого языка, стоит на втором месте. В русском языке порядок слов свободный, т.е. за тем или иным членом предложения обычно не закрепляется строго определенного места.

Обычно не совпадает местоположение сказуемого при переводе придаточных предложений, поскольку в немецком языке оно в этих случаях занимает последнее место:

Не знаю, *придет* ли он сегодня.

Ich weiß nicht, ob er heute *kommt*.

2. Необходимость постановки немецкого сказуемого на строго определенное место может обуславливать перемещение других членов предложения.

Я с *интересом* читаю эту книгу.

Ich lese dieses Buch *mit Interesse*.

3. Ввиду закономерных расхождений в порядке слов в русском и немецком языках, при переводе в определенных случаях изменяется местоположение определений. Порядок следования определений может меняться или прилагательное в оригинале может быть заменено при переводе существительным.

Я учусь на *педагогическом* факультете.

Ich studiere an der Fakultät *für Pädagogik*.

Мой отец работает на *ферросплавном* заводе.

Mein Vater arbeitet im *Ferrolegerungswerk*.

При передачи порядка слов важно учитывать следующее различие. В русском языке слова, обозначающие новое, сообщаемое в предложении, занимают в нем, как правило, последнее место. В немецком языке, ввиду наличия категории артикля, существительное с неопределенным артиклем может стоять в начале предложения.

Правило немецкого синтаксиса, согласно которому в немецком предложении есть два акцентных места: первое и последнее, является очень существенным. Это правило особенно важно потому, что его нередко не чувствуют иностранцы. И тогда получается, что слова в предложении расположены неестественно и фразы становятся немецкими только лексически.

Таким образом, проведение лингвистического сопоставления с целью учета интерферирующего влияния и анализ типичных ошибок является важным и необходимым для установления

сходных и различных явлений в сопоставляемых языках с целью предупреждения трудностей и связанных с ними ошибок. Анализ подверглись отклонения, более или менее регулярно повторяющиеся в речи билингов, а также объяснимые в силу типологических различий в области плана выражения контактирующих языков.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Абрамов Б. А. Сопоставительная типология немецкого и русского языков // Теоретическая грамматика немецкого языка. М., 2001

Вафеев Р. А. Теория поэтапного формирования умственных действий в системе обучения второму языку. Фрунзе: Мектеп, 1989

Леонтьев А. А. Путешествие по карте языков мира. М., 1990

Чернецкая И. В. Особенности учета родного языка в процессе обучения грамматике немецкого языка // Обучение иностранным языкам в школе и вузе. СПб, 2001

Шатилов С. Ф. Методика обучения немецкому языку в средней школе. М., 1986

Щерба Л. В. Работы по языкознанию и фонетике. Л, 1958. Т.1

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Бастиневич Екатерина Владимировна*

*Место работы и должность: Сургутский государственный университет, преподаватель*

*E-mail: kassatik-83@mail.ru*

#### **Л. Е. Бессонова**

Симферополь (Украина)

#### **КОНЦЕПТУАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОППОЗИЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ТЕКСТА**

**Постановка проблемы.** Политический дискурс является многомерным и сложным для исследования образованием, в рамках которого адресат как один из субъектов коммуникации определяет структуру и содержание любого политического текста. Это связано с тем, что основной функцией политического дискурса является его использование в качестве инструмента политической власти, поэтому любой политический текст создается адресантом с целью воздействия на адресата, с учетом ценностных ориентиров, горизонта ожиданий и потенциальных реакций аудитории. «Мы пользуемся термином “адресат”, подчеркивая при этом сознательную направленность речевого вы-

сказывания к лицу (конкретному или не конкретному), которое может быть определенным образом охарактеризовано, причем коммуникативное намерение автора речи должно согласовываться с его характеристикой. Иными словами, всякий речевой акт рассчитан на определенную модель адресата» [Арутюнова 1981: 358].

**Обзор исследований по теме.** Так, категория адресации как прагматический фактор построения семантического пространства политического текста рассматривалась в рамках когнитивных моделей построения адресант-адресатных отношений в масс-медийном дискурсе (Л. Н. Синельникова, В. З. Демьянков, Т. Л. Каминская), речевой структуры текста (Т. В. Поздеева, Н. П. Вольвак, Е. Г. Желудкова, О. А. Шутова, И. Д. Чаплыгина), жанровой типологии (О. Н. Паршина, Ю. Ю. Данилова, П. Р. Учиров). Необходимость исследования политического дискурса на материале речей политиков диктуется тенденциями развития политической коммуникации, наблюдаемыми в современном обществе – сменой монологической коммуникативной парадигмы устной, диалогической парадигмой. Диалогизация общения проявляется в расширении функций диалогической речи в структуре общения, развитии новых видов и форм диалога, увеличении общественной эффективности диалогического общения по сравнению с монологическим. Дискурсивная парадигма обеспечивает такой характер научного поиска, который соотносится с одной из главных особенностей современной лингвистики – «стремлением уйти от атомарности и найти крупные ментальные структуры, детерминированные социально и коммуникативно» [Фрумкина 2001: 357]. Это подтверждает положение том, что дискурсивный подход в изучении политической коммуникации наиболее продуктивен, так как позволяет раскрыть особенности концептуализации политического мира с учетом адресантно-адресатных отношений, специфики взаимосвязи и взаимодействия субъектов политики с выявлением широкого спектра форм манипулятивного воздействия. «Речевое поведение адресанта может выходить за пределы параметров его языковой личности и «подтягиваться» к параметрам языковой личности адресата, его тезаурусу, лингвокультурным предпочтениям, психологии, мотивам и ожиданиям. В описании события, в его интерпретации адресант стремится идти «от человека», и языковой материал выбирается и komponуется в расчете на адекватное вос-

приятие, понимание и принятие сказанного» [Синельникова 2008: 141-142].

В связи с этим особый интерес вызывает президентский дискурс, прагматические стратегии которого заключаются в завоевании доверия адресата при реализации семиотической категории *свой/другой/чужой*.

Основными жанрами президентского дискурса являются инаугурационные и программные речи, которые по традиции относятся к монологическому институциональному дискурсу, при этом монолог предполагает не только говорящего, но и адресата, что особенно очевидно в рамках политического дискурса. Специфика политического монолога состоит лишь в том, что роль говорящего не переходит от одного лица к другому, поэтому многие исследователи рассматривают монолог как частный случай диалога, хотя в понятии диалога акцентируется деятельность говорения, а в понятии монолога – его результат. В литературоведении идее о диалогическом характере любого текста созвучна концепция полифонического романа М. М. Бахтина [1972], согласно которой литературные произведения больших жанров представляют собой диалоги между автором, литературными героями и читателем.

Данное исследование выполнено в рамках лингвистической дискурсологии – науки, изучающей как языковые средства и когнитивные механизмы манифестации текстов (дискурс как результат), так и процессы языкового сознания, влияющие на порождение и восприятие текстов (дискурс как процесс), что позволяет моделировать их в едином коммуникативном пространстве.

**Цель** данного исследования – описать способы репрезентации категории адресации и ее влияние на структуру и информативность политического текста.

**Научная новизна** предлагаемого исследования заключается в разработке концепции, согласно которой жанры инаугурационной и программной речей противопоставлены в пространстве русскоязычного политического дискурса на основании обратного пропорционального соотношения информативной и фатической интенций. Необходимо отметить, что сопоставительный анализ формы и содержания инаугурационных и программных речей не показателен прежде всего потому, что в базовой семиотической триаде пространства политического дискурса «интеграция-ориентация-агональность» жанр инаугурационной речи

относится к «интеграции», а программная речь принадлежит жанровому полю «ориентация». Проведенный семантико-прагматический анализ позволил выявить зависимость между характером адресации, структурой и содержанием дискурса, описать степень влияния экстралингвистических факторов на функционирование идеологем, культурем, концептуальных структур, онимов (в основном, антропонимов и топонимов), аббревиатур, местоименных форм, обращений-имен, междометий, адресных метатекстов.

В основе параметризации устного политического дискурса лежит традиционная в лингвистике трехмерная оппозиция *свой/другой/чужой*, которой и принадлежит базовая роль в моделировании смыслового, понятийного, прагматического пространства политического дискурса.

Как показал комплексный анализ программных речей политиков на основе семиотической оппозиции категории *свой / другой / чужой*, вычленив образ адресата, являющийся функционально разноплановым, можно только с помощью пересекающихся, взаимодополняющих признаков, вербализованных в тексте на различных уровнях (прежде всего на лексическом – на основе использования ключевых слов и метафор различной тематической и стилистической тональности). Это объясняется прагматическим смыслом категорий, например, категория *другие* противопоставлена категории *свои*, но лишена отрицательных коннотаций, характерных для категории *чужие*.

Комплексное описание текстов политических речей, принадлежащих к тоталитарному и демократическому дискурсам, позволило сделать следующие выводы:

1. В макрополевой структуре инаугурационных речей доминирует концептуально-семантическое поле «свои» с высокой номинативной плотностью, при этом зоны полевого пересечения минимальны и лишены четкости границ. Для макрополевой структуры программных речей, относящихся к демократическому дискурсу, характерно доминирование концептуально-семантического поля «свои» (при внутригосударственной адресации) или «другие» (при внешнегосударственной адресации), чем объясняется размытость зон полевого пересечения. Анализ текстов показал, что в макрополевой структуре программных речей, принадлежащих к советскому дискурсу, концептуально-семанти-

ческие поля и зоны их пересечения хорошо развиты и обладают высокой номинативной плотностью.

Такое неравномерное содержание концептуально-семантических полей обусловлено спецификой иллокутивных установок и целевой направленностью инаугурационных обращений: цель оратора заключается не в трактовке осуществленной правительством политики, что предполагает пейоративную оценочность, а, главным образом, в национальной интеграции.

2. Для жанра инаугурационных речей характерна насыщенность текста универсальными идеологемами с мелиоративным аксиологическим модусом; в жанре программных речей выбор идеологем обусловлен наиболее актуальными для современного общества проблемами, причем в тоталитарных текстах идеологемы обладают ярко выраженными мейоративными или пейоративными коннотациями, обусловленными определенной идеологией. Рассматриваемые программные речи политиков эпохи перестройки представляют собой «план-реконструкцию» изменений советского политического и общественного строя, поэтому в тексте речей происходит переосмысление важнейших идеологем советского политического дискурса (*труд, дело, борьба, свобода, страна, народ, общество* и др.). В текстах очевидно также использование традиционного для советского дискурса манипулятивного приема прагматической пресуппозиции, т.е. преподнесение спорного суждения как истинного. Объемность и высокая номинативная плотность семантического поля *свои*, средняя представленность семантического поля другие, низкая степень плотности и абстрактность семантического поля *чужие*, размытость зон полевого пересечения – классический пример макрополевой структуры демократического дискурса с внутригосударственным адресатом. Так, на пересечении семантических полей *свои* и *чужие* находятся лексемы со значением 'недостатки', подвергаемые адресантом конструктивной критике и реализуемой в метафорических моделях (*формализм, бюрократизм, казенщина, застойное, консервативное, мешает продвижению* и др.). Отметим, что для политического дискурса конца 1980-начала 90-х гг. характерна редукция силы и многообразия идеологических внушений, которые являются причиной уменьшения номинативной плотности семантического поля *чужие*. Приглушение пейоративных и мейоративных коннотаций

приводит к потере тоталитарной четкости зон пересечения семантических полей.

3. В текстах инаугурационных речей частотны интегративные местоименные формы, а в текстах программных речей – *мы* инклюзивное, реализующее контактоустанавливающую и ориентационную интенции.

4. Фатические тексты инаугурационных обращений редко содержат топонимы, антропонимы и аббревиатуры, в то время как информативные, интертекстуальные тексты программных речей насыщены различными типами онимов и аббревиатур.

**Выводы и перспективы исследования.** Моделирование семантико-прагматического пространства политического дискурса, а именно построение концептуально-семантических макрополей на основе базовой трехмерной оппозиции *свои / другие / чужие*, позволяет проанализировать идеологические интерпретации исторических событий, многополярного мира и государственной политики, проанализировать коммуникативно-риторические и языковые средства, реализующие стратегии и тактики политической коммуникации, зафиксировать степень проявления в тексте индивидуальности автора и оратора, прогнозировать коммуникативное поведение адресата как реакцию на имплицитные смыслы политической речи. Коммуникативно-дискурсивный подход к описанию языковых ресурсов при выражении категории адресации предполагает новые этапы лингвопрагматического анализа, связанного со структурно-семантической организацией политического текста.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Арутюнова Н. Д. Фактор адресата // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. 1981. Т. 40. № 4. С. 356-367.

Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. М. : Художественная литература, 1972. 470 с.

Синельникова Л. Н. Местоимение в дискурсе. Луганск, 2008. 475 с.

Синельникова Л. Н. Специфика адресант-адресатных отношений в масс-медийном дискурсе // Ученые записки ТНУ. Серия «Филология. Социальные коммуникации». Т. 21 (60). № 1. 2008. С. 140-153.

Фрумкина Р. М. Фрагменты дисциплинарной панорамы. Лингвистика вчера и сегодня // НЛЮ. 2001. № 4. С. 347-360.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Бессонова Людмила Ефимовна*

*Место работы и должность: Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского, кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой русского, славянского и общего языкознания*

*E-mail: lbessonowa@gmail.com*

**Ю. В. Богоявленская**  
Екатеринбург (Россия)

**ВОЗДЕЙСТВУЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ  
ПАРЦЕЛЛИРОВАННОЙ КОНСТРУКЦИИ  
В ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАТЕКСТЕ**

Политическая коммуникация представляет собой сферу использования языка, в которой говорящий, осуществляя коммуникативные акты, тем самым совершает некоторые действия, способные изменить реальность. Участники политического процесса – политики, политологи, журналисты и др. – реконструируют политическую реальность для своих аудиторий. Их высказывания непосредственно влияют на мировой порядок, активно участвуют в формировании его социальных и экономических устоев.

В структуре политического дискурса выделяют институциональный политический дискурс, в рамках которого используются тексты, созданные политиками, и массмедийный политический дискурс, к которому относятся тексты, созданные журналистами и распространяемые посредством СМИ [Будаев, Чудинов: <http>]. Немаловажную роль в этих текстах играет заголовок, задающий эмоционально-оценочную доминанту и выполняющий важнейшую функцию – привлечение внимания читателя. Обращение к изучению специфики заголовка объясняется повышением его прагматической значимости в современном политическом массмедийном дискурсе.

Как отмечает С.М. Гуревич, заголовок «играет роль крючка, заглотив который, читатель знакомится со своим «уловом» – всей публикацией» [Гуревич 2002: 46]. «Наживкой» на такой «крючок» могут служить различные как лексические, так и синтаксические выразительные средства языка, в том числе парцелляция.

Явление парцелляции привлекает внимание лингвистов с 50-х годов двадцатого столетия по настоящее время. Однако не все вопросы, связанные с проблемой парцелляции, имеют однозначное решение в современной лингвистике. Этот факт объясняется как многоплановостью самого явления, так и различием подходов к его исследованию.

Под парцелляцией понимаем прием коммуникативно-стилистической организации текста, используемый для усиленного информационно-интеллектуального и эмоционального воздействия на читателя газетного текста. Результатом парцелляции является парцеллированная конструкция, обладающая богатыми потенциальными возможностями в плане воздействия на массового читателя. Этот факт позволяет рассматривать парцелляцию как явление, полностью соответствующее основным функциям СМИ и занимающее ведущую позицию среди других экспрессивных синтаксических конструкций.

Материалом данного исследования стали парцеллированные заголовки, отобранные из текстов статей, посвященных вопросам политики и размещенных на сайтах современных российских газет за 1992-2013 гг. («Российская газета», «Коммерсантъ», «Известия», «Московский комсомолец», «АиФ», «Независимая Газета»). На первом этапе планировалось изучить парцеллированные заголовки в сопоставительном аспекте – на материале не только российских, но и французских газетных изданий. Были изучены заголовки более 500 номеров газет «Le Monde», «Libération», «Le Parisien», «Le Figaro», «La Tribune», «Express». Однако анализ показал, что парцелляция французского газетного заголовка представляет собой крайне редкое, окказиональное явление, что обусловило сужение задачи исследования до анализа русского материала.

Парцелляция является средством оптимизации речевого воздействия на читателя, привлекая внимание необычной разорванной формой заголовка:

– Губернаторы рвутся на партийную работу. *Чтобы потом идти на выборы* (Коммерсантъ, №85, 15.05.2012)

– Россия нужна на Ближнем Востоке всем. *Но не всегда* (Коммерсантъ, №204, 31.10.2000)

– Тысяча. *И один террорист*. (Независимая газета, 11.02.2013)

Во-первых, подобные заголовки способны регулировать действия читателя, привлекать и удерживать его внимание, побуждать к прочтению дальнейшего текста (рекламная функция).

Во-вторых, парцелляция в заголовке дает журналисту возможность дать интеллектуальную и/или эмоциональную оценку сообщаемому (прагматическая функция), одновременно навязывая определенное к нему отношение.

В-третьих, непринужденный способ презентации заголовка делает его менее формальным, что ведет к снижению напряженности общения автор – читатель. Процесс его понимания приобретает интерактивный характер: читатель пытается распознать намерения автора и формирует собственное представление о содержании статьи, что становится неотъемлемой частью диалога между ними (коммуникативная функция).

В-четвертых, отреагировав на привлекательный заголовок, читатель становится как бы «своим», вовлеченным в группу «неравнодушных» к данной проблеме вместе с другими читателями (парольная функция). А это впоследствии увеличивает возможность воздействовать на его интеллектуальную сферу, политические убеждения и скорректировать имеющуюся у него картину мира.

Воздействующая сила парцеллированного заголовка усиливается в случае, если она сопровождается использованием других стилистических приемов. Здесь мы наблюдаем вхождение парцелляции в стилистическую конвергенцию – «сложный стилистический прием, основанный на взаимодействии стилистических средств одного или разных уровней языка в результате выполнения ими единой стилистической функции» [Копнина 2001: 11].

Привлекательность парцеллированного заголовка политической статьи может поддерживать метафора, обладающая яркой внутренней формой, эмотивностью и образностью:

- Губернаторы хотят дать бой центру. *В Конституционном суде* (Коммерсантъ, №187, 06.10.2000)
- Рука Вашингтона тянется к Москве. *За Слободаном Милошевичем* (Коммерсантъ, №186, 05.10.2000)
- Чеченских бандитов взяли тепленькими. *Прямо после бани* (Коммерсантъ, №185, 04.10.2000)

Конвергенция парцелляции и метафоры обеспечивает различные дополнительные приращения смысла и, безусловно, влияет на восприятие заголовка читателем, заставляя продолжить чтение и ознакомиться со всей статьей.

Парцелляция может взаимодействовать с зевгмой, усиливает ее экспрессивность и способствует выявлению глубинных смыслов. Подобные заголовки не только интригуют сочетанием неоднородных по смыслу частей, они вскрывают сложные отношения, рассматриваемые в статье. Например:

– У Олега Михеева накапливаются дела. *Уголовные и партийные* (Коммерсантъ, 11.03.2013).

Подобный заголовок не только интригует сочетанием неоднородных по смыслу определений, он вскрывает сложное и неустойчивое положение депутата в Госдуме от «Справедливой России». О. Михеева вызывают на допрос в Следственный комитет России, так как против него возбуждено сразу несколько уголовных дел. В результате депутат может оказаться как без иммунитета, так и без руководства волгоградским отделением партии. Парцеллят-зевгма подчеркивает близость деятельности депутата к криминальной и имеет явно саркастический оттенок.

Парцеллирование может проходить как перед зевгматической конструкцией, так и между ее семантически разноплановыми частями. В этом случае парцелляция второй части зевгматической конструкции создает эффект обманутого ожидания, обеспечивающий воздействующую силу заголовка.

Нередки случаи сосредоточенной конвергенции парцелляции с антитезой:

– От падения курса доллара можно застраховаться. *И от роста тоже* (Коммерсантъ, 19.10.1992)

Довольно крупную группу составляют заголовки, строящиеся по следующей модели: за основной частью следует парцеллят, включающий эллипсис и синтаксический параллелизм, причем, конвергенция этих фигур может также сопровождаться антитезой или повтором:

– Новый ПАРНАС обойдется без лидеров. *А Михаил Прохоров – без партии* (Коммерсантъ, 17.05.2012)

– Алексей Кудрин зовет граждан на форум. *А власть — к диалогу* (Коммерсантъ, №136, 02.08.2013)

Анализ корпуса статей за 1992-2013 гг. показывает, что парцелляция заголовка постоянно эволюционирует. Это – творческий процесс, свидетельствующий о постоянном поиске структуры с богатым информационным и прагматическим потенциалом, способной воздействовать на читателя. При сопоставлении материала различных годов выявляется тенденция к значительному снижению применения конвергентных парцеллятов, содержащих образные средства. В последние годы заголовочные парцелляты становятся более краткими, лаконичными и несут конкретную и точную информацию, призванную воздействовать скорее на интеллектуальную, нежели эмоциональную сферу адресата.

Итак, парцеллированные заголовки обладают воздействующим потенциалом, побуждающим адресата политического медиатекста к его прочтению. Помимо прагматической, они параллельно могут также выполнять рекламную, парольную, коммуникативную функции; придают динамичность, подчеркивают сложность, дискуссионность и неоднозначность обсуждаемых в статьях политических проблем. Прием парцелляции становится эффективным инструментом, управляющим вниманием читателя и побуждает к ознакомлению с содержанием массмедийного политического текста.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Будаев Э. В., Чудинов А. П. Современная политическая лингвистика. URL: <http://philology.ru/linguistics1/budaev-chudinov-06a.htm> (дата обращения: 19.08.2013).

Копнина Г. А. Конвергенция стилистических фигур в современном русском литературном языке (на материале художественных и газетно-публицистических текстов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.01. Красноярск, 2001.

Гуревич С. М. Номер газеты. М.: Аспект Пресс, 2002.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Богоявленская Юлия Валерьевна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры романских языков*

*E-mail: jvbog@yandex.ru*

#### **О. С. Боярских**

Нижний Тагил (Россия)

#### **ПОЛИТИЧЕСКИЙ АФОРИЗМ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПРЕЦЕДЕНТНОЕ ВЫСКАЗЫВАНИЕ: К ПРОБЛЕМЕ СООТНОШЕНИЯ**

Предметом нашего внимания является устоявшееся в науке и искусстве понятие *афоризм*, восходящее к трудам Гипократа, и относительно новое и отчасти дискуссионное понятие *прецедентное высказывание*, выросшее из трудов Ю. Н. Караулова в середине 80-х гг. прошлого столетия.

М. Л. Гаспаров в «Литературном энциклопедическом словаре» определяет афоризм как «обобщенную мысль, выраженную в лаконичной, художественно заостренной форме» [Гаспа-

ров 1986: 43], признавая тем самым «обобщенность мысли» первым и обязательным признаком афоризма, дополненным лаконичностью и художественной заостренностью.

Схожее по содержанию, но более распространенное определение приводится в «Большой советской энциклопедии»: «Афоризм – это «обобщенная, законченная и глубокая мысль определенного автора, выраженная в лаконичной, отточенной форме, отличающаяся меткой выразительностью и явной неожиданностью суждения» [<http://slovari.yandex.ru/~книги/БСЭ/Афоризм/>]. Очевидно, что в данном определении такой признак, как «обобщенность мысли», снова выводится на первый план и снова дополняется лаконичностью, а также характеристиками, которые, в принципе, можно обобщенно назвать, как и у Гаспарова, художественной заостренностью (отточенность формы, меткость, выразительность, неожиданность). Отличает данное определение от предыдущего наличие таких составляющих, как законченность мысли, ее глубина и определенность авторства.

Следовательно, исходя из приведенных определений, политическим афоризмом мы можем считать такой афоризм, в котором в указанной форме осмысляются специфика и/или субъекты политической деятельности. При этом авторами могут быть как политики, так и другие общественные деятели или писатели. К такого рода афористике, думается, можно отнести следующие примеры: *Наибольшего успеха добивается тот политик, который говорит то, что думают все, чаще и громче других* (Теодор Рузвельт); *Если вы не можете хотя бы дважды в неделю разглагольствовать о нравственности перед обширной и вполне безнравственной аудиторией, политическое поприще для вас закрыто* (Оскар Уальд). Подобные изречения, как и пословицы (а некоторые исследователи рассматривают пословицы как разновидность афоризмов), характеризуются относительной дискурсивной самостоятельностью [Баранов, Добровольский 2008: 69], т.е. относительной независимостью формулируемого смысла от контекста. В принципе, они соответствуют всем критериям, данным в определениях (за исключением, может быть, лаконичности). Такого типа афоризмы можно считать классикой политической афористики.

Однако современный политический дискурс обнаруживает, а современные сборники афоризмов, как следствие, отражают активное функционирование так называемой новой полити-

ческой афористики. В ней на первое место выходит насмешка, ерничество, которых отчасти не лишена и афористика классическая, а также свержение авторитетов, уподобление политической деятельности торгово-экономической, переименование известных афоризмов и др.: *Основная причина провала социализма в России – слабая проработка понятия «жизнь удалась»* (Виктор Тамберг – известный маркетолог); *С позиции брендинга, революция есть лишь смена брендов – лидеров рыночными методами* (Виктор Тамберг); *Бегающим в одной упряжке не обязательно разделять эстетические вкусы возницы* (Виктор Шендерович); *Выигрывает тот, кто придумывает правила* (Сергей Кириенко).

Обратимся еще к одному определению, представленному в весьма популярной «в народе» свободной интернет-энциклопедии «Википедия»: «Афоризм (греч. αφορισμός, «определение») – оригинальная законченная мысль, изречённая или записанная в лаконичной запоминающейся текстовой форме и впоследствии неоднократно воспроизводимая другими людьми» [<http://ru.wikipedia.org/wiki/Афоризм>]. Здесь также присутствуют основные признаки, имеющиеся и в предыдущих определениях, но не указывается такой признак, как обобщенность, а на первое место выдвигается оригинальность. Важным, на наш взгляд, оказывается появление здесь таких характеристик, как мысль запоминающаяся и впоследствии неоднократно воспроизводимая другими людьми.

Именно воспроизводимость Н. Б. Мечковская предлагает считать единственно объективной характеристикой афоризма и при этом отмечает ментальную, коммуникативную и эстетическую недостаточность для лингвистики определений, подобных приведенным выше [Мечковская 2009]. Данная воспроизводимость, очевидно, и есть своего рода доказательство словесной искусности. При этом на первое место выдвигаются не обобщенность и оригинальность мысли, а прежде всего игривость, ироничность, циничность; не художественная заостренность, словесная искусность, а, наоборот, культурно-речевая вольность или даже безграмотность: *Принципы, которые были принципиальны, были непринципиальны* (Виктор Черномырдин); *У нас все политические лидеры уходили из жизни в основном через смерть* (Владимир Жириновский); *Белорусский народ будет жить плохо, но недолго* (приписывается Александру Лука-

шенко). Главное при отборе таких «афоризмов» – известность, воспроизводимость, запоминаемость.

Такое несколько расширительное понимание афоризма приводит еще и к тому, что в современных исследованиях в качестве афоризмом рассматриваются, например, такие, как *No comment!* (приписывается Уинстону Черчиллю: означает отказ отвечать или продолжить разговор); *Ждем-с* (из телерекламы банка «Империал»: ответ Суворова на ужине у императрицы на ее вопрос, почему он не приступает к ужину, ждет он появления заветной звезды, т.е. конца поста; употребляется в ситуации долгого и неопределенного ожидания) [Мечковская 2009: 84]. В таком случае мы теряем важный признак, являющийся все-таки, на наш взгляд, конститутивным в определении и понимании афоризма, – словесная искусность, или художественная заостренность. Здесь мы как раз и входим в область других коммуникативных единиц, называемых прецедентными высказываниями.

Изначально авторы теории прецедентных феноменов определили прецедентное высказывание следующим образом: ПВ – это репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности, законченная и самодостаточная единица, которая может быть или не быть предикативной, сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу. Прецедентным высказыванием может быть 1) цитата (в том числе и трансформированная, но узнаваемая), 2) название произведения, 3) полное воспроизведение небольшого по объему текста [Гудков 2003: 106–108, Красных 1997: 64–65].

Однако, как показывает практика современных исследований, при выделении прецедентных высказываний из тех или иных источников актуализируется прежде всего их репродуктивность, т. е. воспроизводимость, повторяемость, узнаваемость. Именно этот и, наверное, только этот признак можно считать своего рода конститутивным при определении прецедентного высказывания, в то время как законченность, самодостаточность и др. могут быть вариативными.

При этом, однако, возникают вопросы: Что же делает высказывание прецедентным, т.е. воспроизводимым, повторяемым в различных ситуациях? Чем именно оно привлекает к себе внимание? Почему запоминается? Прежде всего это, конечно же, может быть связано с отточенностью формы и глубиной содержания: *Над принятием законов думают сотни и тысячи, а*

*над тем, как обойти закон, думают миллионы* (Владимир Путин); *Диктатура закона – это единственная диктатура, которой мы обязаны подчиниться* (Владимир Путин). Подобные прецедентные высказывания вполне можно отнести к группе афоризмов.

Однако современный политический дискурс являет нам множество прецедентных высказываний, которые далеко не идеальны в обозначенном аспекте, но, несмотря на это, их можно считать прецедентными, т.к. они были растиражированы печатными и электронными СМИ, стали своего рода идентификаторами их авторов: *мочить в сортирах, пахать как раб на галерах* (Владимир Путин)

Почему же такие далеко не идеальные с точки зрения точности формы, художественной заостренности высказывания становятся прецедентными, почему, смакуя, их повторяют журналисты и не только они? Думается, что «успех» этих высказываний как раз и связан с их «неидеальностью», с тем, что они вполне уместными выглядят в бытовом общении и несколько странно в официальном, а все, что странно, необычно, то, как правило, и привлекает внимание. Отметим также, что подобные высказывания часто (хотя и не всегда) оказываются контекстуально, дискурсивно зависимыми, для их понимания требуется хотя бы редуцированное представление о тексте- или – чаще – ситуации-источнике.

Таким образом, при актуализации признака известности, воспроизводимости прецедентные высказывания оказываются родовым понятием по отношению к афоризмам. Другими словами, среди прецедентных можно выделить афористические и иные. Однако в этом случае мы довольно условно относим к группе прецедентных такие афоризмы, которые встречаются только в сборниках афоризмов и не востребованы современным дискурсом. В принципе, включенность в сборник, словарь, который вышел определенным тиражом, уже указывает на воспроизводимость (воспроизвели же). Однако, думается, что это, скорее, уловка. Все-таки авторы теории прецедентных феноменов имели в виду дискурсивную воспроизводимость, востребованность современным бытовым и/или массово-информационным дискурсом. Поэтому можно говорить о существовании среди прецедентных высказываний афористических и иных, а, соответственно, афоризмы могут быть прецедентными (мы встре-

тимся с ними в современных дискурсивных практиках) и условно (или потенциально) прецедентными (они не очень известны, но помещены в сборники и словари, и любой может ими воспользоваться).

Таким образом, можно говорить о следующих дихотомиях, в которых совокупность первых признаков оказывается основанием для определения прецедентного высказывания в качестве афористического: дискурсивная самостоятельность / дискурсивная обусловленность; глубина мысли / смысловая легкость, прозрачность; предикативность / предикативность или непредикативность; отточенность словесной формы / речевая вольность. Добавив критерий воспроизводимости условная (потенциальная) / воспроизводимости дискурсивная (явно выраженная) получим разновидности афоризмов: потенциально прецедентные и реально прецедентные.

Суммировав все выше сказанное, предлагаем следующие определения.

Политический афоризм – это дискурсивно самостоятельное оценочное высказывание политика, общественного деятеля, писателя о политике, обладающее глубиной мысли и отточенностью формы. Политическое прецедентное высказывание – это дискурсивно самостоятельное / дискурсивно обусловленное высказывание политика или общественного деятеля по поводу частных политических ситуаций, растиражированное СМИ и востребованное различными дискурсивными практиками (в том числе и бытовыми). При этом в первом случае актуализируется в большей степени принадлежность афоризма к искусству слова и наличие эстетической составляющей, способность быть аргументом; а во втором – дискурсивная принадлежность, способность быть знаком стереотипной ситуации как в политическом, так и ином дискурсе.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Баранов А. Н., Добровольский Д. О. Аспекты теории фразеологии. М., 2008.
- Большая советская энциклопедия. URL: <http://slovari.yandex.ru/~ книги/БСЭ/> (дата обращения: 14.08.2013)
- Гаспаров М. Л. Афоризм // Литературный энциклопедический словарь. – М., 1986. С. 43.
- Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации – М., 2003.
- Изречение. Антология кратких мыслей. URL: <http://aforism.yaxu.ru> (дата обращения: 13.08.2013)

Красных В. В., Гудков Д. Б., Захаренко И. В., Багаева Д. В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. 1997. № 3. С. 62–75.

Мечковская Н. Б. Жанры афористики и грация высказываний по степени идеоматичности // Жанры речи: Сборник научных статей. Вып. 6. Жанр и язык. – Саратов, 2009. С. 79–110.

Моченов А. В., Никулин С. С., Ниясов А. Г., Савваитова М. Д. Словарь современного жаргона российских политиков и журналистов. М., 2003.

Свободная Интернет-энциклопедия Википедия URL: wikipedia.org (дата обращения: 13.08.2013)

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Боярских Оксана Сергеевна*

*Место работы и должность: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, кандидат филологических наук кафедры филологического образования*

*E-mail: boyarskih-os@yandex.ru*

#### **А. Б. Бушев**

Тверь (Россия)

#### **МЕДИАДИСКУРС О ТЭТЧЕРИЗМЕ: КОНСЕРВАТИЗМ И НЕОЛИБЕРАЛИЗМ ТОРИ**

Настоящая статья обсуждает масс-медийный дискурс о М. Тэтчер и тэтчеризме, возникший в апреле 2013 года в глобальных масс-медиа. Ставится задача показать техники интерпретации конкретного материала, обсудить наиболее частотные риторические особенности этого дискурса и сделать выводы о специфике медийного дискурса в традиционных и новых масс-медиа и стоящих перед исследователями проблемах его изучения. Использован метод дискурсивного анализа, анализа отдельных фрагментов избранных из текстов Тэтчер и комментариев к ним, анализ вербальной и невербальной семиотики в парадигме семиотики политического дискурса, разрабатываемой Е. И. Шейгал и другими исследователями политического дискурса.

Поводом для публикации большого количества материалов послужил уход из жизни выдающегося политического деятеля XX века М. Тэтчер (1925-2013). Исследователи медиа называют ситуацию, провоцирующую виток дискурса в СМИ, **медиа-событием**, предмет дискурса – **медиаконцептом**, **медиапово-**

**дом.** В отечественной традиции исследования дискурса имя М. Тэтчер являет собой **прецедентное имя**.

Все газеты мира в те дни поместили фотографии М. Тэтчер. Самые красивые и удачные фотографии были размещены в консервативной печати. В большинстве газет были размещены аналитические материалы, на сайтах мировой прессы велись специальные блоги.

Канал *Би-би-си Ворлд* позволяют просматривать передачи известной британской телевещательной корпорации, предназначенные для английского и англофонного мира. Мы стали свидетелями многочисленных передач, посвященных памяти Маргарет Тэтчер. Панихида в соборе святого Павла демонстрировалась в прямом эфире. Это дает исследователю возможность судить о политической культуре в британском вещании, наблюдать политический дискурс, связанные с ним процедуры, ритуалы, семиотику.

Обсуждая политическое наследие М. Тэтчер, все обозреватели отмечают, что из всех премьеров М. Тэтчер в двадцатом веке была наибольший срок премьер-министром, что это была первая женщина – лидер страны и партии. Для ее курса были характерны определенные ценности. Внутриполитический курс своей целью предусматривал создание новой сервисной экономики, ее оздоровление через дерегулирование. Внешнеполитический курс, к осуществлению которого Тэтчер приступила практически без опыта деятельности на мировой арене, включал такую повестку дня, как Фолкленды, ирландский вопрос, Содружество наций, Европу, холодную войну.

Консервативная революция, связанная с деятельностью Тэтчер на посту британского премьера, преобразила политический ландшафт Запада. Систему своих взглядов Тэтчер называет **«консерватизм»** [Тэтчер 2003].

В студии *Би-би-си* в те дни выступало большое количество деятелей консервативной партии, представляющих истэблшмент: лордов, сэров, бывших членов парламента, бывших руководителей тори (лорд Саатчи), бывших премьеров (Г. Браун, Э. Блэр и Дж. Мейджор). Им задавался примерно один и тот же вопрос о том, что они подумали, когда узнали об уходе из жизни М. Тэтчер.

В блогах на сайте Би-би-си блогеры высказывали недовольство такой узурпацией трибуны консерваторами и «бывшими»:

Can we have a **Thatcher free day in papers, TV and Radio** please its getting **really boring** harping on and on over **the same old ground. Old gasbags coming out of retirement homes** harping on about **how bloody good life was** under Thatcher. **Gin sodden Lords gasping and groaning on about how jolly she was to work with. Humbug. ENOUGH PLEASE !**

Выступавшие отмечали, что М. Тэтчер представляла собой гордость Британии, что это первая женщина-политик столь высокого уровня, что это премьер, находившийся на вершине власти максимально длительный срок, что она трижды получала всенародную поддержку. Выступавшие ставили вопрос о том, какие ценности позволили Тэтчер стать столь весомым политиком и отмечали среди них уникальные способности и определенные ценности, за которые она была готова сражаться и которые она отстаивала, несмотря на компромиссы.

Имя Тэтчер стало знаковым и нарицательным – так стал называться неолиберальный курс, осуществляемый премьер-министром М. Тэтчер и сходный с рейганомикой. Так, сайт Википедии дает следующую трактовку тэтчеризма:

Thatcherism claims to promote **low inflation, the small state, and free markets** through **tight control of the money supply, privatisation and constraints on the labour movement**. It is [...] a key part of the worldwide neoliberal movement. Nigel Lawson, Thatcher's Chancellor of the Exchequer from 1983 to 1989, listed the Thatcherite ideals as:

**Free markets, financial discipline, firm control over public expenditure, tax cuts, nationalism, 'Victorian values', privatisation and a dash of populism.**

Показательны с этой связи и слова монетариста и сторонника неолиберализма в духе Ф. фон Хайека Милтона Фридмана. Милтон Фридман утверждал в «Обсервере» 29 сентября 1982 года, что Тэтчер не может быть отнесена к классическим тори, что она либерал: *"The thing that people do not recognise is that Margaret Thatcher is not in terms of belief a Tory. She is a nineteenth-century Liberal."* Сама Тэтчер шутила в 1983 году что известный либерал Глэдстон оказался бы сегодня в рядах консервативной партии.

В дебатах о роли Тэтчер постоянна оппозиция, антитеза между тем состоянием, в котором была Британия на момент прихода Тэтчер к власти, и состоянием на момент ее ухода.

Британия была плохо управляемой страной с большой безработицей, стагнирующей экономикой и негодованием профсоюзов и рабочих. Это и заставило ее проводить курс политических преобразований (*unleashing enterprise, policy of deregulation, creating competitive economy, helping declining industries*).

М. Тэтчер оставила миру и свое видение проблем сущности международной политики. Так, в книге «Государственное управление», она пишет: «Вера в достоинство личности, в то, что государство должно служить, а не господствовать, в право собственности и независимость – вот ценности, которые поддерживал Запад и за которые мы боролись во времена, называемые холодной войной [Тэтчер 2003: 33]. Составляющими идеала, по М. Тэтчер, являются следующие факторы [там же: 447-452]:

- частная собственность;
- законность;
- культура;
- разнообразие независимых и конкурирующих государств;
- благоприятное налогообложение и регулирование.

Необходимым представляется отметить, что Тэтчер последовательно выступала за ограничение государственных расходов. Левые не возводят необходимость ограничения государственного бремени в разряд принципа [Тэтчер 2003: 454]. Она подчеркивает: «Капитализм может работать должным образом, только если обременение частных лиц и бизнеса налогами и государственным регулированием незначительно» [там же: 461]. Она же настаивает: «Консерваторы во всем мире должны бороться за то, чтобы сокращение расходов, понижение налогов и ограничение регулирования стали главнейшими принципами» [там же: 461].

Новостные характеристики подчеркивали положительные качества личности политика: много работала, пользовалась поддержкой, умела вести публичную политику, ее отличали принципы и любовь к своей стране. Свою политику Тэтчер вершила убежденно. «В наш век, век специалистов по воздействию на общественное мнение и средств массовой информации, очень опасным становится... отказ от здравого смысла и твердых убеждений» [Тэтчер 2003: 20].

Необходимым представляется отметить, что критические оценки деятельности были характерны и в те годы, и сегодня. И хотя в студии глобального телеканала все носило благопри-

стойный характер, тем не менее, всегда подчеркивалась болезненность реформ Тэтчер. Политику закрытия шахт потомки шахтеров связывали с политикой уничтожения местных сообществ (*close a pit – kill a community*).

В социальных сетях это тоже нашло свое отражение. Появились целые сайты в Сети, где можно познакомиться с критическими оценками. Так, сайт **Is Thatcher Dead Yet?**, страница которого в Фейсбуке имела 38 000 лайков, прямо поощрял праздновать уход из жизни М. Тэтчер.

Показательно большое количество материалов на сайтах прессы с вопросом, может ли кто-либо помочь идентифицировать демонстрантов, которые публично радовались по поводу ухода из жизни нелюбимого политика.

Обсуждается в традиционных и новых медиа известная внешнеполитическая роль М. Тэтчер – ее взаимная симпатия с Рейганом, твердая позиция по Фолклендскому кризису, роль в прекращении режима апартеида в ЮАР и дружба с Ф. де Клерком, роль в прекращении холодной войны, роль в прекращении ирландского сепаратизма. При этом надо помнить, что Тэтчер пришла в политику с минимальным внешнеполитическим опытом.

Специальная сессия парламента, документальные фильмы, передовицы газет, блоги новостных агентств... Во время церемонии прощания замолчал Биг Бен, было прервано заседание Палаты общин, прозвучали залпы оружейного салюта в Таузере, на похоронах присутствовали и выразили свое соболезнование Елизавета Вторая и герцог Эдинбургский. Дикторы и комментаторы постоянно подчеркивали высокие воинские почести церемониала. Показателен высокий слог церковного церемониала (*to commend her to God's hands, all who mourn her passing, How lovely is thy dwelling place, subject to the common destiny of all human beings*).

Показательна осуществляемая в новых условиях глобальных медиа двусторонняя коммуникация – «власть и общество». Нам известно, что односторонняя коммуникация – в духе «Власть извещает подданных» – меняется сегодня на двустороннюю коммуникационную модель, характеризующуюся возможностью граждан-избирателей влиять на политиков и политику. Роль журналистики при этом – модерация и верификация пользовательского контента, организация диалогического процесса, сетевое общение, представляющее собой обмен контен-

том, создание блогов, коммьюнити, создание смыслов. Значительна тяга к самовыражению у всех участников коммуникации в новых конвергентных медиа. Условиями новой медийной коммуникации являются интерактивность, оцифрованность, краудсорсинг, связь с мобильным телефоном. Возникает особый язык, уже имеющий исследователей. Показательны высокая степень динамичности, маркетинговость информации, свободный доступ к ней, гипертекстовость, интертекстовость, креолизованный характер текстов данного контента.

В целом данный медиаповод дал лишний раз возможность посмотреть на дискурс консерваторов и его основными медиа-концептами. Ниже приводится их список, представленный О. В. Александровой: *character; virtue; discipline; get tough; individual responsibility; standards; authority; heritage; hard work; freedom; common sense; lifestyle.*

Главные идеологии современности могут быть, как известно, сведены к либерализму, консерватизму, марксизму, социализму, феминизму, экологизму, коммуитаризму, национализму, анархизму. При этом представляется необходимым отметить, что сами термины неоднозначны, понятия спорные, характерна «идеологическая полисемия» (Е. И. Шейгал). Сами идеологии исторически изменчивы! Становится все труднее провести грань между либерализмом, социал-демократией, консерватизмом и коммунизмом. Исследователей характеризует определенный мировоззренческий скептицизм при систематической рефлексии над политикой.

При этом ясно, что консервативная партия и консерватизм – разные вещи. Выше показаны противоречивость консерватизма, изъян консерватизма тэтчеризма. При проведении параллели с российскими реалиями мы можем отметить ультралиберальные экономические позиции правых партий в политическом пространстве России.

Еще одним существенным выводом представляется важность наследия в эпоху тотального сокращения социальных бюджетных расходов.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Тэтчер М. Искусство управления государством. Стратегии для меняющегося мира. Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2003. 504 с.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Бушев Александр Борисович*

*Место работы и должность: Филиал Санкт-Петербургского государственного экономического университета в городе Твери, доктор филологических наук, профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин; Тверской государственной университет, профессор кафедры журналистики и новейшей русской литературы*

*E-mail: alex.bouchev@list.ru*

**М. А. Вавилина**

Сургут (Россия)

### **МИЛИТАРНАЯ МЕТАФОРА В ПРЕДСТАВЛЕНИИ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКИХ И БРИТАНСКИХ ТЕКСТАХ СМИ**

В настоящее время дискурс СМИ прочно утвердился как поле функционирования концептуальной метафоры – ментального феномена, отражающего мыслительные процессы представителей общества посредством языка. Как отмечают Э. В. Будаев и А. П. Чудинов, концептуальные метафоры заложены в понятийной системе человека и структурируют его восприятие, мышление и деятельность [Будаев, Чудинов 2008]. Публицистические тексты, в свою очередь, обладая, прежде всего, информативной и идеологической функциями, «информируя человека о состоянии мира и заполняя его досуг, оказывают влияние на весь строй его мышления, на стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня» [Володина 2003]. Сравнительно-сопоставительный анализ метафорических моделей на базе текстов СМИ представляет собой распространенный метод исследования концептуализации того или иного социального явления в изучаемых странах. Процесс метафоризации включает в себя обработку структур знаний – фреймов.

Сфера образования, представляя собой масштабное социально-значимое явление, выступает распространённым объектом обсуждения в медийных текстах развитых стран мира. В современном общественном сознании выделяется ряд стран, служащих эталоном в образовательной политике. В контексте когнитивного исследования представления системы образования особенно актуальным является сравнительно-сопоставительное изучение метафорических моделей, репрезентирующих российскую и британскую образовательные системы.

Анализ российских и британских публицистических текстов показал, что в современном мире получила распространение модель ОБРАЗОВАНИЕ – это ВОЙНА. Концепт войны является достаточно распространенной сферой-источником метафорического моделирования различных социальных явлений, в которой наиболее ярко проявляются характерные для современного политического дискурса векторы опасности, агрессивности и тревожности [Чудинов 2001]. В сфере-источнике «война» выделяются 7 основных фреймов: «Атакующие военные действия», «Оборонительные военные действия», «Революция», «Набор новобранцев», «Освобождение», «Жертвы», «Оружие».

### **1. Фрейм «Атакующие военные действия»**

Наиболее распространенные слоты мультитарной метафоры представляют лексемы, отражающие активное военное наступление. Метафорические выражения в рамках слота «Нападение» отражают наличие в военных действиях образа врага (жертвы), против которых осуществляется борьба / нападение. В британских СМИ в качестве врага рассматриваются следующие аспекты образовательной деятельности:

- оппоненты проводимой государством политики в образовании: *Michael Gove attacks his critics as 'Marxist' opponents of improvements to schools* (Marsden S. "The Telegraph"); *Michael Gove today launched an outspoken attack on opponents of his school reform plans, condemning them as Marxist sympathisers who are stopping children from getting a decent education* (Marsden S. "The Telegraph");

- изменения в образовательной программе: *Academics attack 'endless lists of facts' in new curriculum* (Paton G. "The Telegraph");

- экзамены: *Rather than adding reinforcements to the massed ranks of facts at your command, knowledge recruited after 10pm will, by next morning, spread wooziness and you'll fight your exam battle in a thick mist* (Middleton C. "The telegraph");

- министр образования Майкл Гоув: *Activists will use the conference platform to fire a series of personal attacks towards Mr Gove and Sir Michael* (Paton G. "The Telegraph");

- конкуренция на рынке образовательных услуг: *Martin Bean, vice chancellor of the Open University, said: "There is no doubt that this is the 'web moment' for higher education and a battle is shaping up for growing student numbers on global courses online, with some able to grow large numbers of students very quickly* (Coughlan S. "BBC").

Вместе с тем, Майкл Гоув может выступать и в качестве жертвы, как лицо, вынужденное отвечать нападением на критику своей деятельности: *Michael Gove attacks 'prejudice' of university education professors* (Paton G. "The Telegraph"). Жертвами также были обозначены:

- субъекты образовательной деятельности: *He highlighted the "desperate" situation for many disadvantaged children in the UK, urging the MP "not to attack those parents investing heavily in their children ..."* (2 March 2013, "BBC");

- объекты образовательной деятельности: *As a result, children eventually end up either bored, or struggling with maths* (3 December 2012, "The Telegraph"); *From the start of secondary school, young people, including both high ability and struggling readers, tend to read books that do not challenge them enough," said Prof Topping, from Dundee University's school of education* (Coughlan S. "BBC");

- изменения в системе образования: *However, these revamped ideas, especially the proposed single exam board, came under attack both from Ofqual, the exams regulator, and last week the Tory-led education select committee* (Wintour P. "The Guardian").

Согласно примерам наибольшее распространение получила лексема *attack* (*атаковать, нападать*). Кроме того, концепт борьбы в образовательной деятельности отражают лексемы *battle* (*сражение*) и *struggle* (*борьба*).

В российской прессе милитарные метафорические лексемы отличаются не меньшим разнообразием. Ср: *В этом весь смысл конкурентной борьбы за качество* (Верклова С. «Университетская книга»); *Но чиновничья рать отступить не собиралась. Система образования представляла собой не только лакомый кусочек. ... госчиновнику требуется сделать с наукой и образованием, что-нибудь сиюминутное, эффе́ктное, искрометное, как спецназовская атака. ... Образование и наука стали важнейшими сферами жесткой конкурентной борьбы за мировое лидерство. ...Рывок без оглядки, без тени сомнений, без шансов на научный анализ и полемику, хотя ранее министерство громогласно заявляло, что будет проведено тщательное исследование Болонского процесса, поставлены эксперименты и пр., прежде чем будут приниматься какие-либо решения. Рывок такой, какой должен быть при выполнении спецназовцами боевого задания, например, штурма объекта.*

занятого террористами. ... Итогом штурма образовательных бастионов стали законодательные решения, открывшие путь к практическому реформированию высшей школы (Сухолин В. «МАКС пресс). В указанных примерах концепт борьбы с нападением отражают лексемы и выражения *отступить не собиралась* (продолжала борьбу), *спецназовская атака*, *жесткая борьба*, *боевое задание*, *штурм*. Сравнительные определения *рать*, *спецназовский*, *террористы*, *бастионы* усиливают агрессивный милитарный образ, выстраиваемый вокруг ситуации реформирования системы образования.

### **2. Фрейм «Оборонительные военные действия»**

Наиболее показательным вербализатором внутри фрейма служит выражение *standing up* (*защита*): *But Mr Gove said: "I absolutely will not apologise to the people of east Durham for standing up for better education for their children."* (5 March 2013, "BBC"). В примере британский министр образования Майкл Гоув выступает защитником лучшего образования.

### **3. Фрейм «Революция»**

В текстах британской прессы обнаруживается метафорическое сравнение изменений в образовательной системе с глобальным общественно-политическим переворотом – революцией, что также можно отнести к милитарной метафоре, поскольку революция часто напрямую связана с военными действиями: *Avalanche is Coming, argues that higher education faces an unpredictable global revolution* (Coughlan S. "BBC"). В примере высшее образование стоит перед лицом глобальных перемен (революции).

### **4. Фрейм «Набор новобранцев»**

Достаточно распространенной лексемой (и ее производными), входящей в британский фрейм «Военные действия», является **recruit** – (*to persuade someone to become*) *a new member of an organization, esp. the army* [C1DOE]. В текстах российских СМИ единицы с подобной семантикой не были обнаружены. Ср.: *For primary schools in particular, issues with recruitment present an imminent problem* (Howson J. "The Guardian"); *It was recently reported that headteachers in Bradford had travelled as far as Canada to recruit teachers after a poor response to their national advertising, in terms of both the number and calibre of applicants* (Howson J. "The Guardian"). Так, набор новобранцев (recruitment), семантически относящийся главным образом к армии, лексически применяется к набору учителей в школы, тем самым ситуация обу-

чения в школе приравнивается к военной обстановке, при которой учителя отождествляются с солдатами.

### **5. Фрейм «Жертвы»**

Прагматический потенциал указанного фрейма получил различное выражение в британских и российских источниках. В Великобритании в качестве жертв рассматриваются школы и учителя – только частные аспекты сферы образования. Причем эти жертвы представляются как уже освобожденные или нуждающиеся в освобождении. Ср.: *His Academies Act has allowed most English secondary schools to be freed from government control* (Hoskin P. “Conservative Home”); *Some schools have been supposedly freed from the dead hand of the local authority ... otherwise known as academy chains, some of which are already under the DfE spotlight on quality grounds* (Millar F. “The Guardian”); *We need to allow them some professional freedom, and recognise that a lesson is just one episode in a very long series* (5 December 2012, “The Guardian”); *We are giving schools more freedom over the curriculum and teaching – not less* (Paton G. “The Telegraph”). Таким образом, внутри фрейма в британском дискурсе получили распространение лексемы с корнем –free- (*освобождать*).

В российской картине мира метафорическое представление об образовании как арене военных действий предполагает наличие не освобожденных, а схваченных либо убитых жертв. Ср.: *В стране убито гуманитарное образование. Это несправедливо. ... Система образования в Советском союзе была создана путем колоссальных жертв. Сейчас жертвовать никто не хочет. ... Литература в школе убита* (Радио России «Выражи времени» 26.01.13); *Поэтому чиновничье войско правящей элиты взялось за систему образования с новой силой, чтобы ее перемолоть и накинуть на нее чиновничий хомут* (Сухолин В. «МАКС пресс»). Таким образом, в качестве жертвы рассматривается вся российская (советская) система образования.

### **6. Фрейм «Оружие»**

Данный фрейм характерен для российских текстов, в которых в качестве орудия борьбы выступает ЕГЭ либо вся система образования. Ср.: *В России ЕГЭ стало в значительной мере средством борьбы за равные возможности абитуриентов из городов и деревень и мерой противодействия коррупции в сфере высшего образования («Вестник»); И образованию суж-*

дено стать основным рычагом в операции по спасению Отечества (Сухомлин В. «МАКС пресс).

Произведя сравнительно-сопоставительный анализ фреймовой характеристики милитарной модели системы образования в британских и российских СМИ, справедливо сделать вывод не только о большей производительности, но и о большей продуктивности метафоры в британских СМИ. По всей видимости, высокая продуктивность (5 фреймов) свидетельствует о большей актуальности в британском представлении образовательной среды векторов опасности и тревожности, характерных для понятийной сферы войны. На этом фоне следует отметить фигуру британского министра образования, выступающего как в роли жертвы, так и в роли врага на арене образовательной борьбы. Такая амбивалентность может быть связана с неоднозначным характером восприятия общественностью существующей политики образования в Великобритании. Что касается образовательной действительности в российском сознании, можно судить о преобладании пессимистического представления. Наиболее ярким тому подтверждением служит наличие представления о схваченной или убитой системе образования. В британском сознании милитарная метафора имеет иной прагматический потенциал. Она скорее служит отражением активной позиции по осуществлению образовательной деятельности (recruitment, revolution, standing up), чем свидетельством бедственного положения.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации: монография. – М.: Флинта: Наука, 2008. 248 с.

Володина М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие. – М.: Изд-во МГУ, 2003. С. 9-31.

Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) – Екатеринбург: Урал. гос пед. ун-т, 2001. 238 с.

Cambridge International Dictionary of English. / Ed. by P. Procter. Fifth edition. – Cambridge University Press, 2001. P. 1188 (CIDOE).

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Вавилина Мария Алексеевна*

*Место работы и должность: МБОУ СОШ №45, г. Сургут, аспирант, учитель английского языка*

*E-mail: mv3006@gmail.com*

**А. Д. Васильев**  
Красноярск (Россия)

## **ИЗОБРАЖЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ВОЙНЫ В ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТАХ**

Термин «информационно-психологическая война» вариативен: иногда специалисты говорят о войне информационной, иногда – о психологической. Такие терминологические предпочтения довольно субъективны, поскольку имеются в виду по существу одни и те же совокупности операций с помощью языковых средств, нацеленные на обработку индивидуального и общественного сознания и его трансформации в пользу манипулятора. Надо учитывать, что подобные акции могут быть обращены не обязательно извне (или вовне), но и проводиться в рамках определенного социума.

Информационно-психологическая война может быть не только объектом научных изысканий, но и предметом изображения в литературно-художественных текстах, причем их анализ нередко дает возможность не только иллюстрировать, но и глубже понимать механизмы соответствующих феноменов.

Манипуляции общественным сознанием, производимые через каналы СМИ, способны зачастую «переделать историю», то есть исказить представления людей, в том числе о еще недавних событиях либо попросту замолчать их, стерев тем самым информацию – даже из памяти современников – о случившемся в действительности.

Подобная ситуация описывается в романе Г. Гарсиа Маркеса «Сто лет одиночества», в одном из эпизодов которого начинается тяжба бесправных колумбийских рабочих с могущественной американской банановой компанией, грабящей их. Но силы явно неравны... «Устав от этого казуистического бреда, рабочие махнули рукой на местные власти и обратились со своими жалобами в верховные судебные органы. Но и там фокусники от юриспруденции доказали, что требования рабочих совершенно незаконны по той простой причине, что в штатах у банановой компании нет, никогда не было и не будет никаких рабочих – она их нанимала от случая к случаю для работ, но-

сивших временный характер. Так были развеяны лживые и змышления, ... и решением суда было установлено и торжественно провозглашено повсюду, что рабочих как таковых не существовало. Началась мощная забастовка» [Маркес 1979: 289]. Тогда более трех тысяч людей обманом собрали на привокзальной площади городка Макондо, объявили «бандой преступников» и расстреляли из пулеметов (кстати, в основе этого драматического эпизода романа лежат вполне реальные факты), загрузили трупы мужчин, женщин и детей в вагоны и сбросили в море, «как бракованные бананы» [Маркес 1979: 291-294]. Единственный уцелевший при этом торжестве власти и эффективных собственников горожанин, лишь чудом спасшийся и из эшелона с убитыми, пытается рассказать землякам правду о страшном злодеянии.

Но ... никто из оставшихся в живых «не поверил ни в историю о бойне на площади, ни в ночной кошмар с нагруженным трупами поездом... Ведь накануне в Макондо было оглашено чрезвычайное заявление правительства, сообщавшее, что рабочие подчинились приказу покинуть станцию и мирными колоннами разошлись по домам... Официальная версия, которую тысячу раз повторяли и вдалбливали населению всеми имевшимися в распоряжении правительства средствами информации, в конце концов была навязана каждому: мертвых не было, удовлетворенные рабочие вернулись к своим семьям, а банановая компания приостановила работы до конца дождей» [Маркес 1979: 295-329].

Эта ложная, но официальная версия, широко тиражированная СМИ, была впоследствии принята историками и включена в школьные учебники, поэтому и спустя много лет правдивый рассказ очевидца «все будут принимать за выдумку» [Маркес 1979: 329].

В «сказке» В. Шукшина «До третьих петухов...» черти, не возжелавшие более жить на болоте, облюбовали некий монастырь, но – вокруг него высокий забор, а в воротах, на которых написано: «Чертям вход воспрещен», стоит большой и зоркий стражник с пикой. О него и разбиваются все усилия чертей («бабенок всяких ряженных подпускают, вино наливают – сбивают с толку»), до тех пор пока Иван-дурак (которому черти пообещали

помочь добыть справку о том, что он умный) не посоветовал им исполнить родную песню стражника – «По диким степям Забайкалья». «Здесь надо ... погрузиться в мир песни. Это был прекрасный мир, сердечный и грустный. Звуки песни, негромкие, но сразу какие-то мощные, чистые, ударили в самую душу ... Черти, особенно те, которые пели, сделались вдруг прекрасными существами, умными, добрыми, показалось вдруг, что смысл истинного их существования не в шабаше и безобразиях, а в ином – в любви, в сострадании ... Стражник прислонил копые к воротам и, замерев, слушал песню. Глаза его наполнились слезами; он как-то даже ошалел. Может быть, даже перестал понимать, где он и зачем... А в пустые ворота пошли черти» [Шукшин 1980: 458-459]. И Мудрец, к которому (опять же с помощью чертей) попадает на прием Иван, «важно и взволнованно» комментирует: «Очевидно, следует говорить не о моде, а о возможном положительном влиянии крайне бесовских тенденций на некоторые устоявшиеся нормы морали...» [Шукшин 1980: 463]. Впрочем, как и во всех других случаях, его велеречивые рассуждения весьма слабо связаны с реальностью и совершенно не влияют на ход событий. В итоге же дьявольски хитрой операции черти, изгнав монахов, устраивают по монастырскому двору нескончаемый «развеселый бесовский ход: черти шли процессией и пели с приплясом ... Ивану стало жалко монахов. Но, когда он подошел ближе, он увидел: монахи стоят и подергивают плечами в такт чертовой музыке. И ногами тихонько пристукивают. Только несколько – в основном пожилые – сидели в горестных позах на земле и покачивали головами..., но вот диковина: хоть и грустно они покачивали, а всё же – в такт. Да и сам Иван – постоял маленько и не заметил, как стал тоже подергиваться и притопывать ногой, словно зуд его охватил» [Шукшин 1980: 472]. Ср.: «А между тем дряннейшие людишки получили вдруг перевес, стали громко критиковать всё священное, тогда как прежде и рта не смели открывать, а первейшие люди, до тех пор так благополучно державшие верх, стали вдруг их слушать, а сами молчать; а иные так позорнейшим образом подхихикивать» [Достоевский 1957, 7: 481]. Монахам же, приуговотившимся было «укрепиться и терпеть», триумфаторы предлагают напоследок писать их (чертей) на иконах, пообещав прилично заплатить. После робкой попытки сопротивления монахов торжествующие черти заявляют: «Какие вы всё же ... грубые ... Невоспитанные. Воспитывать да

воспитывать вас ... Дикари. Пошехонь. Ничего, мы за вас теперь возьмемся» [Шукшин 1980: 474].

Представляется возможным интерпретировать этот микросюжет следующим образом. Агрессор, учитывая высокий оборонительный потенциал противника (в том числе и его испытанное моральное превосходство), с помощью наемного эксперта-аналитика из числа туземцев, хорошо владеющего стратегически важной информацией о ментальности жертвы, применяет манипулятивную операцию (с использованием культурных артефактов: продукции шоу-бизнеса, СМИ и т. п.). В результате естественный иммунитет атакуемой системы, прежде всего в лице её т. н. силовых структур, резко падает: агрессор в её глазах предстаёт ближайшим союзником, глашатаем и носителем «общечеловеческих ценностей»; жертва совершенно утрачивает адекватное представление о реальности, а идеологическое обеспечение подвергшихся нападению неудовлетворительно – кроме того, ответственные за это обеспечение духовно слабы и склонны к компромиссу с противником (хотя бы в целях сохранения собственного привилегированного статуса). Таким образом, агрессор получает в полное распоряжение вожделенную территорию (со всем, что на ней находится), бывшие исконные обитатели которой уже не только смирились со своим поражением, но, по существу, внутренне готовы стать отступниками и коллаборационистами – тем более, что пропагандистская обработка их не прекращается, – в духе воспитания толерантности к оккупантам.

Можно вполне согласиться с тем, что информационное оружие «в первую очередь действует на систему управления, не столько уничтожая, сколько подчиняя себе систему управления пораженного объекта... ...Управление пораженной системой осуществляется с помощью скрытого и явного информационного воздействия на систему как извне, так и изнутри. Цель этого воздействия – целенаправленное изменение поведения системы» [Расторгуев 2003: 269] (подробнее об этом см. также [Васильев 2013: 122-132]).

#### ЛИТЕРАТУРА

Васильев А. Д. Игры в слова. Манипулятивные операции в текстах СМИ. – СПб., 2013. 660 с.

Маркес Г. Г. Сто лет одиночества // Маркес Г. Г. Избранное. – М., 1979. С. 33-388.

Расторгуев С. П. Философия информационной войны. – М., 2003. 496 с.

Шукшин В. М. До третьих петухов // Шукшин В. М. Калина красная – Красноярск, 1980. С. 436-483.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Васильев Александр Дмитриевич*

*Место работы и должность: Красноярский государственный педагогический университет им. В. П. Астафьева, доктор филологических наук, профессор кафедры общего языкознания*

*E-mail: rlc\_siberia@kspu.ru*

**Л. В. Вдовиченко**

Сургут (Россия)

**СПЕЦИФИКА ПРОЦЕССА ТРАНСФОРМАЦИИ ЛЕКСЕМ  
«ПОРЯДОК – БЕСПОРЯДОК» В ИДЕОЛОГЕМЫ  
В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ РОССИИ**

Лингвокогнитивный подход к исследованию языковой картины политического мира предполагает анализ различных ментальных единиц (концептов, фреймов, слотов, доменов, гештальтов, сценариев), имеющих отношение к политической сфере коммуникации и политическому дискурсу. Одним из инструментов такого анализа служит исследование идеологемы. В семантике идеологемы как наиболее существенный выделяют идеологический компонент, но не менее важным представляется анализ базовых лексем-репрезентантов, который предполагает анализ синонимических и антонимических связей, словообразовательной продуктивности, этимологии, сочетаемости лексем «порядок – беспорядок».

Исследование базовых лексем-репрезентантов идеологем «порядок – беспорядок» следует начать с обращения к их этимологии, что, по мнению С.Г. Воркачева, представляет собой анализ «эволюции внутренней формы лексической единицы, путь ее “этимона” [Воркачев, 2004: 124].

Согласно этимологическому словарю М. Фасмера, лексема «порядок» происходит от существительного «ряд», далее от праславянской формы, от которой в числе прочего произошло соответствующее древнерусское слово [Фасмер, 1996: 536]. «Полный церковно-славянский словарь» отсылает нас к исторической книге Нового Завета «Деяния апостолов», написанной святым евангелистом Лукою, в которой данное слово употребляется в значении «порядкомъ, чинно» [ПЦСС, 2000: 460]. Лексема «чинь», в свою очередь, трактуется как «порядок, устрой-

ство». [Там же: 823]. Таким образом, можно четко проследить развитие двух значений, а именно порядок как «устройство, рас-порядок, чин» и порядок как «ряд, очередь». Подобные значения зафиксированы во всех современных толковых словарях русского языка.

Особый интерес представляет изучение синонимических рядов, включающих рассматриваемые слова. Синонимические слова «высвечивают» различные смысловые оттенки или даже новые смыслы, которые характерны только для значения конкретной лексемы синонимического ряда [Красавский, 2001: 225]. Так, «Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений» Н. Абрамова предлагает следующий синонимический ряд для лексемы «порядок»: *распорядок, расписание, распределение, распределение, система, метода, чин, группировка, диета, норма, регламент, режим, церемония, церемониал* [Абрамов, 1994: 334]. В данном словаре разработаны пометы, перечисляющие другие синонимические ряды, компонентом которых является слово. В соответствии с такой пометой лексема «порядок» входит в состав синонимических рядов лексем *благоустройство, обычай, план, разряд, способ, церемония, чин*. Данные словаря Н. Абрамова позволяют разделить синонимы лексемы «порядок» на две группы: с одной стороны, порядок – это *расписание, распорядок, режим, регламент, система, церемониал, церемония, чин*; а с другой, порядок – это *расположение, распределение, диета, норма, метода, группировка*.

Синонимический ряд лексемы «беспорядок» выглядит следующим образом: *беспорядица, безнарядица, безнарядье, безалаберщина, беспутица, бестолковщина, бестолочь, нестроение, неустройство, неурядица, нескладица, несогласие, ад, содом, разгром, столпотворение (вавилонское), светопре-ставление, кавардак, каша, путаница, разноголосица, разногласие, расстройство, замешательство, ералаш, передряга, пертурбация, кутерьма, катавасия, сумятица, сутолока, базар, шабаш, кагал, хаос* [Там же: 28]. Если принять во внимание происхождение лексической единицы «беспорядок», а именно префиксальное образование посредством отрицательной приставки «бес», можно также говорить о двух группах синонимов внутри данного синонимического ряда. С одной стороны, к примеру, беспорядок – это беспорядица, безалаберщина, беспутица, бестолковщина, бестолочь, нескладица, несогласие, ад, пу-

таница, ералаш, с другой – нестроение, неурядица, пертурбация, кутерьма, кагал.

Для более полной иллюстрации эволюции значений приведем данные словаря синонимов русского языка З.Е. Александровой, который предлагает более детальную характеристику синонимов и их дериватов. Согласно данному словарю, *порядок* – 1. *система, налаженность*; 2. *распорядок*; 3. *очередность*; 4. *хорошо*.

*Порядочно* – 1. *честно*; 2. *хорошо*; 3. *очень*; 4. *довольно*.

*Порядочность* – *честность*.

*Порядочный* – 1. *честный*; 2. *хороший*; 3. *большой* [Александрова, 1999: 317].

*Беспорядок* – 1. *непорядок, хаос*; 2. *кавардак, ералаш, тарарам, разгром* (разговорное); 3. *поэтический (или художественный)* (разговорное шутивное); 4. *первозданный хаос* (книжное). Автор словаря также выделяет несколько синонимов, составляющих обособленную группу, а именно беспорядок в деле, в организации чего-либо. Таким образом, *беспорядок* – это *анархия, безалаберщина, бестолковщина, бестолочь, неразбериха, неурядица, свистопляска, дым коромыслом* (разговорное), *безурядица, безладица, беспорядица* (устаревшее разговорное). Если речь идет о беспорядке в изложении, мыслях, З. Е. Александрова приводит такие синонимы, как *сумбур, путаница, каша* (разговорное). Лексемы *содом, сумятица, кутерьма, светопреставление, столпотворение, сумасшедший дом, бедлам* (разговорное), *катавасия* (просторечное) составляют еще одну группу синонимов со значением «беспорядок при скоплении народа». В словаре также зафиксированы такие синонимы лексемы «беспорядок», как *все вверх дном (или вверх ногами), сам черт ногу сломит* (разговорное), как *Мамай воевал (или прошел)* (просторечное) [Там же: 23].

Словарь З.Е. Александровой также приводит синонимы дериватов: *беспорядочно* значит *бессистемно, хаотично, хаотически, сумбурно, как придется, как попало* (разговорное); в беспорядке, *вперемешку, впересыпку* (просторечное), *безалаберно, как вздумается, как бог на душу положит. Беспорядочный* – *бессистемный, хаотичный, хаотический, анархичный, анархический, сумбурный, неупорядоченный, безалаберный* [Там же: 24].

В этом словаре синонимов отдельной словарной статьей выделяется лексема «беспорядки» и единственный синоним «волнения».

Известно, что антонимы являются одним из средств перифразирования, когда значение одного из антонимов можно прояснить через другой при помощи отрицания. В словаре антонимов русского языка Л.А. Введенской лексеме «порядок» противопоставляются лексемы «беспорядок», «непорядок», «хаос». Под порядком понимается состояние благоустроенности, организованности; под беспорядком, напротив, – отсутствие или нарушение порядка. «*Порядок – космос, в противоположность беспорядку – хаосу*» [Блок, цит. по: САРЯ: 311].

Таким образом, наличие развитой синонимии и антонимии позволяет понять, какой именно смысловой оттенок лексического значения способствует трансформации исследуемых лексем в идеологемы.

Анализ политически и идеологически ориентированных текстов позволил выявить определенные модели сочетаемости изучаемых лексем «порядок – беспорядок». Для отглагольного существительного *порядок* более всего характерна сочетаемость с прилагательными, как правило, относительными: *социальный порядок, мировой порядок, международный порядок, конституционный порядок, русский порядок, геополитический порядок, одно/многополюсный порядок, одно/многополярный порядок, общественный порядок*. В процессе исследования зафиксированы словосочетания, состоящие из нескольких прилагательных и существительного *порядок*: *новый экономический порядок, новый демократический порядок, новый мировой порядок, новый финансовый порядок, мировой политический/экономический порядок, новый мировой глобальный экономический порядок, новый многополярный миропорядок, глобальный американский порядок*. Лексеме «порядок» также свойственна сочетаемость с глаголами. Отмечено, что глаголы представлены переходными мультиобъектными (2- и более валентными) глаголами: *наводить порядок, восстанавливать порядок, устанавливать порядок, поддерживать порядок, обеспечивать порядок, охранять порядок*. Зафиксирован единственный непереходный глагол *следить* в словосочетании *следить за порядком*. Сравнительно небольшую группу составляет модель сочетаемости лексемы «порядок» с одушевленными и не-

одушевленными существительными. Одушевленные существительные, являясь ключевыми словами в словосочетаниях, представлены лексемами во множественном числе: *блюстители/стражи порядка*. Употребление слова «порядок» указывает на то, что порядок нуждается в тех, кто его соблюдает и стоит у него на страже, защищает и охраняет его. Неодушевленные существительные представлены, с одной стороны, дериватами переходных глаголов: *установление порядка, восстановление порядка, наведение порядка*; с другой стороны – нарицательными существительными: *охрана порядка, кризис мирового порядка, угроза мировому порядку, сопротивление «новому мировому порядку», модели нового мирового порядка*.

Для существительного *беспорядок* также характерна сочетаемость с прилагательными, глаголами и существительными. Следует уточнить, что сочетаемость с прилагательными установлена как для существительного *беспорядок*, так и для существительного *беспорядки*: *мировой беспорядок, русский беспорядок, новый мировой беспорядок, новый многополярный мир-беспорядок; гражданские беспорядки, массовые беспорядки, уличные беспорядки, социальные беспорядки*. Как показывают примеры, в словосочетаниях такой модели употребляются только относительные прилагательные. Анализ текстов позволил выявить интересные закономерности сочетаемости исследуемой лексемы с глаголами. Прежде всего следует отметить, что в большинстве случаев зафиксирована сочетаемость с глаголами именно лексемы «беспорядки». Некоторые глаголы имеют ярко выраженную отрицательную коннотацию: *провоцировать беспорядки, учинять беспорядки*; другие – нейтральную коннотацию: *приводить к беспорядкам, устраивать беспорядки, организовывать беспорядки*; остальные имеют в семантике точное значение «останавливать, прекращать»: *ликвидировать беспорядки, прекратить беспорядки, пресекать любые беспорядки*. Как и в случае с лексемой «порядок» глаголы представлены переходными мультиобъектными (2- и более валентными) глаголами. Лексема «беспорядки» употребляется с одушевленными существительными, к примеру, в словосочетаниях *зачинщики беспорядков, организаторы беспорядков*, указывая на лицо либо на лиц, устраивающих беспорядки.

Выявленные типовые модели сочетаемости исследованных лексем указывают на определенную закономерность, спо-

собствующую их трансформации в идеологемы, а именно: лексемы с ярко выраженным идеологическим компонентом обладают способностью к данным моделям сочетаемости.

Таким образом, анализ лингвистических особенностей базовых лексем-репрезентантов с учетом синхронического и диахронического аспектов исследования позволяет сделать ряд выводов:

1. Основные значения лексем «порядок – беспорядок» представляют собой лексико-словообразовательные антонимы. В отличие от других однокорневых антонимов, когда контрастность значений оказывается «приглушенной» (молодой – молодой), антонимы «порядок – беспорядок» являются крайними членами семантической парадигмы, то есть находятся в отношении семантической дизъюнктивной оппозиции.

2. Существуют два синонимических ряда, включающие лексему «порядок». Один из них объединяется семьей «система (организация)», а другой – семьей «правило (инструкция)». Лексема «беспорядок» также образует два синонимических ряда. Доминантой одного является лексема «хаос», другого – «гражданские волнения, бунт». Принципиально важным представляется употребление лексемы «беспорядок» в форме множественного числа.

3. Члены синонимических рядов, включающих лексемы «порядок – беспорядок», репрезентируют рассматриваемые значения, акцентируя внимание на различных смысловых аспектах и оттенках.

4. Исследуемые лексемы вступают в отношения как лексической, так и грамматической сочетаемости, что способствует их трансформации в идеологемы.

#### ЛИТЕРАТУРА

Абрамов Н. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений. М. : Русские словари, 1994. 524 с.

Александрова, З. Е. Словарь синонимов русского языка : Практический справочник. М. : Рус. яз., 1999. 495 с.

Введенская Л. А. Словарь антонимов русского языка. Ростов-н/Д., 1995. 542 с.

Воркачев С. Г. Счастье как лингвокультурный концепт. М. : Гнозис, 2004. 236 с.

Красавский, Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. Волгоград : Перемена, 2001. 495 с.

Полный церковно-славянский словарь / Сост. протоиерей Г. Дьяченко. М. : Отчий дом, 2000. 1120 с.

Фасмер, М. Этимологический словарь русского языка : В 4т. Т. 3 (Муза – Сят). СПб. : Терра–Азбука, 1996. 832 с.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Вдовиченко Лариса Владимировна*

*Место работы и должность: Сургутский государственный университет ХМАО – Югры, кандидат филологических наук, старший преподаватель*

*E-mail: vdovichw@rambler.ru*

**Л. Е. Веснина, О. И. Кондратьева**

Екатеринбург (Россия)

**МИГРАНТЫ В РОССИИ:  
МЕТАФОРИЧЕСКОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ В СМИ  
(2009-2013)\***

Материалом для исследования послужили различные по жанровой принадлежности публицистические тексты, извлечённые методом сплошной выборки из российских СМИ: *Независимая газета, Итоги, Аргументы и факты, Комсомольская правда, Российская газета, Известия, Уральский рабочий, Областная Газета*. Всего проанализировано 450 текстов (за период с 2009 по 2013 гг.), из которых отобрана 101 метафорическая единица. Все рассмотренные тексты относятся к одному тематическому блоку (проблемы миграции в России) и рассчитаны на массового адресата.

Вслед за А. П. Чудиновым, под **метафорой** мы понимаем не только собственно метафору, но и метонимию, синекдоху, метафорический эпитет, иронию, гиперболу, литоту, сравнительные конструкции, метафорические словоупотребления как компоненты фразеологических оборотов, пословиц, афоризмов, прецедентных имен и высказываний и т. д.

В текстах российских печатных СМИ за исследуемый период 2009 – 2013 гг. актуальными являются такие метафоры, как *милитарная, криминальная, экономическая, метафора рабства, «водная», этническая, зооморфная, физиологическая*. Единичными оказались понятийные области метафор *театра, ис-*

---

\* Работа выполнена в рамках государственного задания Министерства образования и науки РФ (проект 6.2985.2011 — «Политическая метафорология»)

© Веснина Л. Е., Кондратьева О. И., 2013

*кустца и игры.* Наиболее высокочастотны метафоры водной сферы (47МЕ/101) и милитарная (12МЕ/101). Среднечастотные – экономическая (9МЕ/101), зооморфная (8МЕ/101), метафора рабства (7МЕ/71) этническая (6МЕ/101), физиологическая (5МЕ/101). Низкочастотные – криминальная, механическая (по 2МЕ/71), метафоры искусства, игры и театра (по 1МЕ).

*Милитарная* метафора создает образ мигрантов-врагов, несущих угрозу национальной безопасности России, ее обществу и экономике. В целом, эта метафора несет негативный прагматический потенциал и обладает концептуальным вектором тревожности и агрессивности, беспокойство за Россию.

*Криминальная* метафора создает образ мигрантов в двух аспектах: нелегальная миграция как преступление и мигранты как криминализирующий элемент. Создается устойчивый образ мигранта-преступника.

*Экономическая* метафора представляет мигрантов как живой товар, обладающий характеристиками обычного товара и испытывающий на себе экономические операции. Мигранты воспринимаются как средство/инструмент развития экономики.

Метафоры *рабства* реализуют, на наш взгляд, положительный характер эмоционального воздействия на потенциального адресата, так как образ *мигранта-раба* призван привлечь внимание общественности к систематическому ущемлению прав приезжих.

*Метафоры водной стихии* являются одними из самых частотных для репрезентации миграции в СМИ, но используют довольно однотипные образы: *волна, поток, приток, прилив*. Применительно к миграции актуализируются только отрицательные смыслы водной стихии – неуправляемость, стихийность, масштабность. Концептуальные векторы тревожности, опасности, непредсказуемости и неуправляемости процесса миграции на территорию России пронизывают рассмотренные примеры метафорических выражений.

*Этническая метафора* репрезентирует мигрантов этнически чужими, то есть как носителей иных характеристик внешности, иного образа жизни, иной религии, иной культуры. В таких метафорах реализуется концепт «чужой», обладающий негативным прагматическим потенциалом.

*Зооморфная* метафора передает представление об иностранцах как о перелетных птицах с помощью переноса свойственных им действий и внешних проявлений. Обладает зачастую пози-

тивным характером эмоционального воздействия на адресата – в большей степени она направлена на отображение неправильного, несправедливого отношения к мигрантам, вызывает жалость.

*Физиологические метафоры*, представляя мигрантов как части тела, обладают позитивным характером эмоционального воздействия на адресата – сообщают о пользе миграции.

*Игровая и театральная метафоры* имеют единичное употребление, их прагматический потенциал определяется ярким концептуальным вектором неискренности, искусственности, ненатуральности.

В целом, анализ языкового материала показал, что в текстах российских печатных СМИ (2009 – 2013 гг.) складывается неоднозначный метафорический образ миграции. В большей степени используются метафоры с негативным прагматическим потенциалом и обладающие концептуальным вектором тревожности, агрессии и разграничения «своих» и «чужих». Следует отметить, что есть и метафоры с позитивным прагматическим потенциалом – метафоры рабства, некоторые зооморфные и физиологическая.

Отдельно подчеркнём, что современным печатным текстам (2009-2013 гг.), посвященным проблемам миграции, свойственна низкая степень метафоризации: так, в 450 текстах, отобранных нами из различных источников, была обнаружена лишь 101 метафорическая единица. Можно предположить, что это свидетельствует о претворении в жизнь всё набирающей обороты политики толерантности в российском обществе вообще и в СМИ в частности, способы решения проблем миграционной политики приняли качественно иной характер (законы по ограничению въезда, ввод лимита на въезд, визовые отношения, закон об обязательном экзамене по русскому языку).

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. – Екатеринбург: УрГПУ, 2003. 248 с.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ**

*ФИО: Веснина Людмила Евгеньевна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации*

*E-mail: levesna@yandex.ru*

*ФИО: Кондратьева Ольга Игоревна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, студентка 5 курса Института филологии, культурологии и межкультурной коммуникации*

*E-mail: olyalya576@rambler.ru*

**М. Б. Ворошилова**

Екатеринбург (Россия)

## **ДВОЕ ИЗ ЛАРЦА: АССОЦИАТИВНЫЕ ОБРАЗЫ**

**В. В. ПУТИНА И Д. А. МЕДВЕДЕВА\***

В современном неформальном политическом дискурсе одним из основных прецедентных источников является мультипликация, в том числе советская мультипликация [Артемьева 2011; Мардиева 2011, Ворошилова 2013].

Дабы подтвердить наше наблюдение мы провели социологический эксперимент.

Нами было опрошено 100 человек в возрасте от 25 до 65 лет, все участники опроса работают, интересуются политикой, пусть и в разной степени, и регулярно принимают участие в голосовании.

Перед респондентами был поставлен открытый вопрос: «С какими мультипликационными героями у Вас ассоциируются российские политические лидеры: В. В. Путин и Д. А. Медведев?».

12 человек отказались отвечать на поставленный вопрос, все отказавшиеся входят в старшую возрастную группу (от 45 до 65 лет). Таким образом, нами были получено 88 ассоциативных реакций.

Широко поставленный вопрос (использование в нем двух имен и множественного числа) обусловил неоднородность полученных реакций, поэтому все полученные результаты были распределены на четыре группы.

В первую были объединены ответы респондентов, в которых были предложены парные ассоциации без привязки к тому или иному лицу (например, Том и Джерри, Винни-пух и Пятачок). Всего было получено 26 аналогичных ответов, что составляет 30% от общего числа полученных реакций.

Итак, респонденты выделили 7 групп парных героев:

---

\* Работа выполнена в рамках гранта РГНФ (грант 11-04-00327а — Политическая коммуникация: общие закономерности и национальная специфика).

© Ворошилова М. Б., 2013

- Винни-пух и Пятачок (8 реакций)
- Двое из ларца (5 реакций)
- Гена и Чебурашка (4 реакций)
- Бивис и Батхин (3 реакций)
- Том и Джерри (2 реакций)
- Тимон и Пумба (2 реакции)
- Бэтман и Робин (2 реакции)

Лидирующие позиции заняли герои ставших уже культовыми, знаковыми в русской культуре советских мультфильмов: серия мультфильмов про Винни-пуха, «Вовка в тридевятом царстве», «Чебурашка».

Итак, наиболее частотным и востребованным оказался образ медвежонка Винни-пуха и его друга Пятачка.

Столь высокая актуальность данного образа, с нашей точки зрения, обусловлена не только его высокой популярностью в русской культуре, но такими объективными факторами, как: аллюзией к известному образу правящей партии «Единой России» медведю и аллюзией к имени уже бывшего президента России Дмитрия Медведева. Кстати, отметим, что среди одиночных реакцией на имя Д.А. Медведева лидирующие позиции также занял Винни-пух (10 реакций).

Реакция «Двое из ларца» была спровоцирована оппозиционными высказываниями, столь популярными весной 2012 года: «вы и голосовать за меня будете?», на что указывают комментарии респондентов, в 3 из 5 случаев цитирующих данное высказывание.

В паре «Гена и Чебурашка» основным стал образ Чебурашки, который среди одиночных реакцией на имя Д.А. Медведева занял второе по частотности место (6 реакций). И основным стимулом, бесспорно, стало имя Дмитрия Медведева, так как и одиночные реакции, и парные зачастую сопровождались комментарием: «он был когда-то странной игрушкой безымянной», что соответствует распространенным в российском дискурсе стереотипным характеристикам данного политика.

Остальные реакции скорее были спровоцированы именно парностью образов, на что, в частности, указывает отсутствие комментариев, низкая частотность в дискурсе в целом.

Во вторую группу мы объединили также парные образы, но в данном случае, каждая ассоциация была привязана отве-

чающими к конкретному лицу. Таких ответов нами было получено лишь 6, что составило 7% от общего количества.

- Карлсон и Малыш (3 реакции)
- Пятачок и Винни-Пух (2 реакции)
- Кролик и Ослик ИА (1 реакция)

В лидирующей паре «Карлсон и Малыш» респонденты отметили, что Карлсоном («старым и развартным» – комментарии отвечающего) является В.В. Путин (опытный и искушенный политик), в образе Малыша участники эксперимента видят «юного политика» Д.А. Медведева. Именно этот образ маленького мальчишка, не испорченного, чистого и наивного в свое время активно использовался для создания положительного имиджа «юного» президента.



Две следующие пары полученных реакций еще раз подчеркивает значимость образа медведя, пусть и плюшевого в современной неформальной политической коммуникации, где зачастую именно Дмитрий Медведев предстает в образе Винни-Пуха, что отчасти противоречит классическому наполнению образа медвежонка, который в паре Винни-Пух и Пятачок всегда играет роль ведущего. Но именно такое «распределение ролей»

было отмечено нами в ходе анализа политической российской карикатуры [подр. см. Ворошилова 2013], где на визуальном уровне было восставлено «семантическое равновесие».

В следующей паре определяющим фактором стала инертность: ослик ИА совершенно инертный герой, которого «можно поставить куда угодно» (хоть на должность президента), «а кролик вовсе не дурак» – отметил участник.

Но самую частотную группу ответов составили одиночные реакции.

Итак, Д. А. Медведева наши респонденты представляют, в первую очередь, в образе медвежонка:

- Винни-пух (10 реакций)
- медвежонок из сказки «Три медведя» (2 реакции)
- мишка-гамми (2 реакции)
- медвежонок с большой головой (2 реакции)

– кукольный медвежонок (1 реакция).

Еще раз отметим, что частотность образа медвежонка, спровоцирована как фамилией политика, так и его связью с партией «Единая Россия» символом которой является белый медведь.

Небольшие отличия в ответах по нашему мнению спровоцированы культурными, возрастными и региональными причинами. Так, например, ответ «мишка-гамми» был предложен респондентами в возрасте до 30 лет, выросшими на этих мультфильмах, объяснить связь они не смогли.

Второй по степени частотности (6 реакций) реакцией на имя Д. А. Медведева стал образ Чебурашки, что было указано нами выше.

Среди реакций на имя В. В. Путина нами были отмечены только две повторяющиеся реакции:

- Тигр шихран (2 реакции)
- Черепашка ниндзя (2 реакции).

Обе реакции спровоцированы увлечением В. В. Путина спортом и охотой.

Итак, в ходе исследования мы увидели, что в современном неформальном политическом дискурсе все также важен вопрос взаимоотношений Д. А. Медведева и В. В. Путина. Именно в паре оцениваются и воспринимаются данные «герои». При их индивидуальной оценки респонденты чаще руководствуются типовыми и зачастую внешними характеристиками, не затрагивая их профессиональную деятельность.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Артемьева Е. А. Карикатура как жанр политического дискурса: дис. ... канд. филол. наук (10.02.19 – теория языка) – Волгоград, 2011.

Ворошилова М. Б. Мультипликационные герои в современной политической карикатуре // Человек в мире культуры. Региональные культурологические исследования. № 1 (5). 2013. С. 37–45. URL: <http://www.cultural-research.ru/Voroshilova.pdf>

Мардиева Л. А. Коллективная культурная память общества (прецедентные визуальные образы и феномены) // Вестник пермского университета. Вып. 3(15). 2011. С. 202-209

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Ворошилова Мария Борисовна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации*

*E-mail: shinkari@mail.ru*

**А. И. Глазырина**  
Екатеринбург (Россия)

## **ЯЗЫКОВОЙ КОНТАКТ В ЗЕРКАЛЕ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

В настоящее время междисциплинарный подход характерен не только для лингвистики, но и для гуманитарных наук в целом. Интеграция наблюдается и между гуманитарными и точными науками.

Мы полностью согласны с утверждением Т.П. Ильяшенко о методологической целесообразности исследования языковых контактов не изолированно, как это делало сравнительно-историческое языкознание, рассматривая проблему взаимодействия языков исключительно с генетической точки зрения, а «во взаимосвязи с комплексом процессов, объединяемых понятием **к о н т а к т**» [Ильяшенко 1970: 11].

Несомненно, что языковой контакт – точка пересечения языковых (или структурных) и экстралингвистических (социальных и психологических) факторов развития языка [Клюканов 1984; Жлуктенко 1989; Молодкин 2001; Alatis 1970]. Кроме того, В.Н. Ярцева упоминает также и этноисторические факторы при рассмотрении языковых контактов с диахронической точки зрения [Ярцева 1979: 5].

Какие же дисциплины ограничивают этот континуум? В.Ю. Розенцвейг настаивает на том, что «проблематика контактов оказывается, в принципе, отграниченной как со стороны психологии, так и со стороны социологии» [Розенцвейг 1972: 5]. Однако при этом не только не отрицается, но и «предполагается необходимость проведения комплексных (лингвистических, экспериментально-психологических и социологических) исследований» [Розенцвейг 1972: 6]. Мы не станем подробно останавливаться на психологическом и психолингвистическом [см. Ильяшенко 1970], этнокультурном [Харченкова 2001] и антропологическом [см. Нестерская 1995: 22-23] аспектах изучения языковых контактов.

В рамках гуманитарного знания под контактом обычно понимается либо языковой, либо культурный контакт. Несомненно, понятие языкового контакта уже понятия культур-

ный контакт, хотя традиционно контактная лингвистика рассматривала культурные контакты наравне с языковыми. В.Ю. Розенцвейг отождествляет культурные и языковые контакты [Розенцвейг 1964: 6], У. Вайнрайх затрагивает как социокультурную обстановку языковых контактов [Вайнрайх 1979: 24], так и контакт языков и контакт культур [Вайнрайх 1979: 27], Т.П. Ильяшенко подробно останавливается на рассмотрении языковых контактов с историко-географической позиции [Ильяшенко 1970: 14–16]. Некоторые антропологи рассматривают языковой контакт лишь как один из аспектов контакта культур, а языковую интерференцию — как одно из проявлений взаимопроникновения культур и аккультурации – предмета кросскультурных исследований [Вайнрайх 1979: 7].

Данный подход «через» понятие культуры оказался «полезен» и лингвистике: в известной схеме изучения аккультурации, предложенной в 1936 г. Р. Редфильдом, Р. Линтоном и М. Герсковицем [Цит. по: Розенцвейг 1964: 1], изучению процесса контактов отводилось основное место. Предлагалось, однако, изучать не механизм этого процесса, а свойства отдельных его этапов — конфликт между заимствованным элементом и существующей системой, интерпретацию заимствованных явлений и изменение черт заимствующей культуры в результате заимствований и т. п.

Что же является приоритетным именно для лингвистики? В.Ю. Розенцвейг выделяет приоритетную для лингвистики в ее традиционном понимании собственно лингвистическую проблему, «проблему описания речевой коммуникации в условиях контакта разноязычных коллективов» [Розенцвейг 1972: 4]. Мы считаем, что контактная лингвистика должна сосредоточить свое внимание именно на внутрilingвистических последствиях языковых контактов, учитывая при этом весь накопленный «экстралингвистический» опыт.

При всем многообразии междисциплинарных подходов к проблеме языковых контактов встает вопрос о становлении дисциплины, объектом которой и являются языковые контакты.

Еще У. Вайнрайх в своей статье «Одноязычие и многоязычие» говорит о «младенческой незрелости нашей науки» [Вайнрайх 1972: 26], название которой, тем не менее, эксплицитно себя в данной статье не обнаруживает. В советском языкознании Б.А. Серебрянников высказывал мысль о необ-

ходимости создания особой «науки о законах внедрения или привнесения готовых элементов одной языковой системы в другую» [Цит. по: Ломтев 1976: 60]. В 1966 г. В.П. Григорьев предложил расширить задачи интерлингвистики – науки о любых взаимоотношениях между языками (как естественными, так и искусственными), включив в них область межъязыковых отношений [Григорьев 1966: 37]. М. Вандрушка представляет интерлингвистику как «область языкознания, исследующую многоязычие, взаимодействие и сравнительный перевод» [Цит. по: Жлуктенко 1974: 9]. В начале XXI века теория межъязыковых контактов и интерлингвистика уже рассматриваются отдельно (см. ниже).

Т.П. Ильяшенко говорит о наличии трех аспектов лингвистики (макролингвистики): 1) интралингвистики (изучающей процессы внутриязыкового взаимодействия); 2) интерлингвистики (охватывающей процессы внешне- или межъязыкового взаимодействия); 3) экстралингвистики (рассматривающей процессы внематерингвистического взаимодействия) [Ильяшенко 1970: 30–31]. Нам кажется справедливым на основании данной классификации выделить интралингвистический и экстралингвистический аспекты теории языковых контактов.

Ю.А. Жлуктенко подвергает критике как термин теория языковых контактов (за его громоздкость и узость, так как межъязыковые отношения не ограничиваются языковыми связями), так и термин контактология, предложенный Е.М. Верещагиным. Главный контраргумент в данном случае – отсутствие указания на язык в общем и лингвистику в частности [Жлуктенко 1974: 10]. В качестве основного практического понятия Ю.А. Жлуктенко рассматривает межъязыковую связь. Языки, имеющие общее основание межъязыковой связи, образуют общую линию межъязыковой связи [Жлуктенко 1974: 11]. Межъязыковая связь рассматривается в качестве родового понятия, а «контактная» – как видовое. Следовательно, можно говорить о «контактной межъязыковой связи», синонимичным по отношению к которой является языковой контакт [Жлуктенко 1974: 14]. Выделяется также отдельно интермедиа́рная языковая связь.

Что касается термина контактная лингвистика, то впервые он встречается у зарубежных исследователей.

Термин *contact linguistics* (фр. «une linguistique des langues en contact», нем. Sprachkontaktwissenschaft, Kontaktlinguistik серб. teorija kontaktne lingvistike) используется как в монографиях отдельных авторов [Filipović 1994; Ivir 1991; Thomason, Kaufman 1988; Myers-Scotton 2002; Winford 2003], сборниках [Contact Linguistics 1996; Nelde 1983], так и в материалах рабочих конференций [Проблемы лингвистической контактологии 1999].

Кроме термина «*contact linguistics*», в англоязычной литературе встречаются также термины *language encounters* [Johanson 1999], *language contact* [Kurtböke 1998; Alatis 1970; Penfield 1983].

Зарубежные исследователи выдвигают различные подходы к актуальным проблемам и методам контактной лингвистики, исходя из междисциплинарного характера, который проявляется во взаимодействии между лингвистикой и антропологией, этнографией, географией, политологией, психологией и социологией, рассматривающими ситуации языкового контакта по всему миру.

Целью контактной лингвистики, по мнению Д. Уинфорда, является «изучение разнообразных ситуаций контактов между языками, явления, которые являются результатами этих контактов, и взаимодействие лингвистических и внешних экологических факторов, влияющих на последствия контактов» [Winford 2003: 5].

Возникает вопрос о месте контактной лингвистики в рамках языкознания: является она направлением, отраслью, областью или разделом лингвистики? (см. классификация О.С. Ахмановой в статье «Лингвистика» в [Ахманова 2007: 217-219]).

Следует особо выделить точку зрения Вяч. Вс. Иванова, рассматривающего языкознание вообще как «общую теорию отношений между языками, включая языковые контакты» [Иванов В.В. 1961]. Столь широкий подход абсолютно не приемлет Ю.А. Жлуктенко [Жлуктенко 1974: 10].

Некоторые зарубежные (в частности, сербские, словенские) лингвисты [Айдукович 2004; Filipović 1986; Filipović 1994] говорят о существовании лингвистической контактологии, понимая под этим термином «раздел языкознания (в более поздних работах – самостоятельная дисциплина [Айдукович 2005]), изучающий механизмы языкового контакта двух или нескольких языков при определенных социально-исторических условиях и вырабатывающий модели функ-

ционирования этих механизмов» [Айдукович 2004]. Задачами лексической контактологии (по-видимому, раздела лингвистической контактологии) являются, во-первых, изучение адаптации лексических единиц двух или нескольких контактирующих языков на всех языковых уровнях, во-вторых, лексикографическое описание лингвистической адаптации лексических и з м о в (терминология Й. Айдуковича). Мы считаем данный термин неудачным и используем термин лексическая контактема английского происхождения [Айдукович 2004; Айдукович 2005], или англицизм.

По мнению В. П. Хабирова, «контактная лингвистика входит, как составная часть в социолингвистику, изучающую социальную обусловленность языка» [Хабиров 2004: 3]. Однако автор предрекает данное заключение утверждением о том, что «контактная лингвистика (контактология) или, иногда, креолистика – раздел лингвистики, исследующий контактные отношения» [Хабиров 2004: 3]. Нам представляется неправомерным столь узкое понимание контактной лингвистики. Следует заметить, что именно креолистика явилась первоначальной областью исследователей языковых контактов, причем исключительно за рубежом (P. Bakker, K.M. Balutansky, E. Beniak (французский язык в Канаде), R. Chaudenson, L.J. Green, A. Highfield, J. Holm, E.H. Jahr, T. Kaufman, J. McWhorter, B.K.L. Milroy, R. Mougion, M. Mous, S.S. Mufwene, P. Mühlhäusler, C. Myers-Scotton, A. Pauwels, S. Poplack, P. Poussa, J. Salmons (языковые контакты в средневековой северной Европе), M.S. Schmid, M. Sebba, M. Silverstein, M.-A. Sourieau, S.G. Thomason, A. Valdman, S.A. Wurm и др.).

Что касается места контактной лингвистики в системе науки о языке, то наибольшую разработку контактная лингвистика получила и получает за рубежом. Именно работы Р. Холла, Д. Тэйлора и У. Вайнрайха дали толчок к выделению контактной лингвистики как самостоятельного раздела в области общего языкознания.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Айдукович Й. О некоторых понятиях лексической контактологии // Русский язык: исторические судьбы и современность = Russian language: its historical destiny and present state : II Междунар. конгресс исследователей рус. яз., 18–21 марта 2004 г., Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, филол. фак.: тр. и мат-лы. М.: Моск. ун-т, 2004. С. 455.

Айдукович Й. О проекте «инославянско-русские языковые контакты»: Лекция в Институте славистики Венского университета 20.04.2005. URL: <http://www.ptt.yu/kogisnici>.

Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. // 2-е изд., стер. М.: УРСС, 2004 (Калуга : ГУП Облиздат). 569, [2] с.

Вайнрайх У. Языковые контакты: Состояние и проблемы исследования. Киев: Вища школа, 1979. 264 с.

Жлуктенко Ю. А. Лингвистические аспекты двуязычия. Киев: Вища шк., 1974. 176 с.

Жлуктенко Ю. А. Неорганический язык в многоязычной ситуации. Киев: Наук. думка, 1989. С. 22–42.

Иванов Вяч. Вс. Лингвистика как теория отношений между языковыми системами и ее современные практические приложения. // Лингвистические исследования по машинному переводу. Вып. 2. М., 1961, стр. 5–28 (Академия наук СССР, Ин-т научной информации).

Ильяшенко Т. П. Языковые контакты (на материале русско-молдавских контактов). М.: Наука, 1970. 204 с.

Ломтев Т. П. Субстрат и заимствования. М.: Наука, 1976. С. 60–62.

Молодкин А. Н. Взаимодействие языков разного типа в этнокультурном контексте (языковые контакты в португалоязычной Африке). Саратов: Саратов. ун-т, 2001. 183 с.

Нестерская Л. А. Новые тенденции в развитии словарного состава современного русского языка: социологический аспект. Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 1995. С. 22–23.

Проблемы лингвистической контактологии, Материалы Рабочей конференции, 23 октября 1999 г., Московский гос. лингвистический ун-т, Научно-учебный центр «Языки и культуры Северной Евразии им. кн. Н.С. Трубецкого». М.: Диалог [МГУ], 1999. 60 с.

Розенцвейг В. Ю. Лингвистический подход к описанию культурных контактов. VII Международный конгресс антропологических и этнографических наук (Москва, август 1964 г.). М.: Наука, 1964. 9 с.

Розенцвейг В. Ю. Языковые контакты. Лингвистическая проблематика. Л.: Наука, 1972. 79 с.

Хабиров В. П. Введение в контактную лингвистику: Рабочая программа. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, Екатеринбург, 2004. 28 с.

Харченкова Е. В. Особенности языковых контактов в этнокультурном ракурсе. Ист. опыт освоения Дал. Востока. 2001. Вып. 4. С. 172–177.

Ярцева В. Н. Теория взаимодействия языков и работа У. Вайнрайха «Языковые контакты». Киев: Вища школа, 1979. 263 с.

Alatis J. E. Bilingualism and Language Contact: Anthropological, Linguistic, Psychological and Sociological Aspects. Monograph Series in Languages and Linguistics 23. Georgetown University Press, Washington DC., 1970. P. 195–223.

Contact Linguistics (An International Handbook of Contemporary Research, 14). Berlin: Walter de Gruyter, 1996–1997. S. 2171.

Filipović R. Teorija jezika u kontaktu: uvod u lingvistiku jezičnih dodira. JAZU; Zagreb, 1986. 150 c.

Filipović R. Teorija kontaktne lingvistike i njezina primjena u analizi anglicizama u europskim jezicima (posebno slovenskom). 210 c.

Ivir V. Trends in linguistics: studies a. monogr. 54: Languages in contact and contrast : essays in contact linguistics. — Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 1991. XI. 502 pp.

Johanson L. The dynamics of code-copying in language encounters. Oslo: Novus Press. P. 37–62.

Kurtböke N. P. A Corpus-driven study of Turkish-English Language Contact in Australia, A thesis submitted to the Faculty of Arts of Monash University for the Degree of Doctor of Philosophy, Department of Linguistics Monash University Melbourne, 1998.

Myers-Scotton C. Contact Linguistics. Bilingual Encounters and Grammatical Outcomes. Oxford University Press, 2002. 448 pp.

Nelde P. H. Three issues on languages in contact. Tokyo, 1983. P. 823–827.

Penfield J. A socio-cultural view of language contact : Building a theory. Tokyo, 1983. P. 837–841.

Thomason S., Kaufman T. Language Contact, Creolization, and Genetic Linguistics. Berkeley, etc.: University of California Press, 1988. 213 pp.

Winford D. An Introduction to Contact Linguistics. Blackwell Publishing, 2003. 416 p.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Глазырина Анна Игоревна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, кандидат филологических наук, доцент, зав.кафедрой перевода и переводоведения*

*E-mail: glazyrina-anna@mail.ru*

**Н. Д. Голев**

Кемерово (Россия)

### **МЕТАЯЗЫКОВОЙ ВЕКТОР В ОБЫДЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Доклад продолжает построение и развитие особого направления в лингвистике, которое мы обозначили термином «обыденная лингвополитология» [Голев, 2011; Голев, Шанина, 2013]. Данное направление является, с одной стороны, аспектуальной разновидностью обыденной политологии (наряду с обыденной историей, обыденной географией, обыденной медицинской и другими подобными отраслями наивного знания), с другой

стороны, отраслевой разновидностью обыденной лингвистики – теории обыденного метаязыкового сознания – проявляющей себя в разных отраслях знания, в том числе в политической. Таким образом, существуют два аспекта лингвополитологии – отражение политического сознания в текстах (языке, речи, дискурсивных практиках) и отражение метаязыкового сознания в политических текстах (лексиконе, дискурсе). В настоящем докладе больший акцент сделан на втором аспекте.

Главная задача доклада – реконструкция обыденного метаязыкового сознания по его «продуктам», которые обнаруживаются в текстах рядовых носителей языка, обсуждающих политические проблемы на Интернет-сайтах. Непосредственный материал для исследования взят на информационно-дискуссионном портале Newsland (<http://newsland.com>). Его выбор обусловлен тем, что на этом портале проявляет себя низовой уровень обыденности, редко становящимся предметом исследования как лингвистики, так и политологии.

Названный материал составили прямые высказывания участников портала Newsland на лингвистические темы. Они делятся на два типа: в одних случаях язык в разных своих проявлениях выступает непосредственным предметом высказываний и дискуссий, в других случаях высказывания осуществляются попутно, по ходу разворачивания дискуссии. Мы сосредотачиваемся на вторых, но здесь принципиально важно следующее.

Материал показывает, что резкой границы между полюсами метаязыковости в обычной речевой практике нет, в ней разные типы метаязыкового отношения (теоретического и практического) к языковому материалу часто плавно переходят друг в друга. Это позволяет сделать важный вывод, что в речевой деятельности помимо традиционно выделяемых осей типа план «содержания – план выражения», «диктум – модус» и т.п., существует и ось метаязыкового отношения говорящих к говоримому и процессу говорения, ее полюсами выступают проявленная и непроявленная метаязыковость, сугубо практическое отношение к говоримому и отношение с той или иной степенью «теоретизма». Так, в примере *У них ОТДЕЛЬНАЯ квартира!* Сейчас это выражение практически исчезло из обихода (язык умница, не даст соврать), говорят просто "квартира". Наоборот, желая описать бедственную ситуацию, говорят: "живет в коммуналке" автор переходит от реалий к отражающим их фактам

языка и далее к более общему суждению-метафоре о языке (*язык – умница, не даст соврать*).

Попытаемся проиллюстрировать нарастание теоретичности примерами из обозначенного выше материала (правописание и стилистика оригинала сохраняются).

Участники дискуссий в своих метаязыковых суждениях затрагивают едва ли не все стороны языка и речи и тем самым актуализируют многие отрасли лингвистического знания.

**СЕМАНТИКА.** На портале легко находятся примеры актуализации семантико-стилистического плана слов, трудно отделимые от их лингвистического анализа (нередко вполне грамотного и тонкого).

- *Не аферист, провокатор!*
- *ну, в данном случае это в общем-то одно и то же....*
- *Не совсем, но будем считать почти равнозначными.*
- *ближе всего к сути скорее понятие "манипулятор"... .*

*Всё же нужно отличать разные вещи. Ведь одно дело, когда Навальный говорил: "Что встали, как бараны. Вперёд !" (сразу укажу, что я не являюсь сторонником Навального, но разделяю его взгляды на Путина как на врага нашей Родины). Другое дело, когда В.В. Путин утверждает, будто Навальный призывал: "Бараны – вперёд !". Те, кто достаточно хорошо знает русский язык, поймёт, что эти утверждения выдернуты из контекста и являются ложью.*

Несколько примеров актуализации модальной семантики.

*Для меня Ваше определение популизма ново. Буду знать, что кто-то понимает этот термин так. (11). Меня, например, удивляет, что мы часто комментируем... воздух "Путин считает", "Медведев не считает", "Матвиенко видит", "Миرون не видит....", "Дума хочет", "Правительство намерено".*

• *Вы спрашиваете или восклицаете?) Вас не научили на летучках барабанного боя, различиям между знаком вопроса и восклицания?*

- *Если это вопрос, то барабан у вас вместо головы.)*

*Квачков не сможет стать кандидатом в президенты, если бы смог – вопросов нет, но увы, если бы, да кабы – все это сослагательное наклонение.*

**СТИЛИСТИКА, РИТОРИКА.** *Народ не представляет, что может быть иной путь преобразований в обществе, а слова*

*"толерантность" и "либерал" трансформировались в ругательства "толерастия" и «ЛИБЕРАСТЫ».*

*По чьей милости мы в попе сейчас. Крикливые, много говорящие, слово "народ" часто употребляющие. К месту и не к месту.*

**СЕМИОТКА, ЭТИМОЛОГИЯ.** Слово Аминь, есть практически во всех языках народов мира: Аминь, Amen, Amin, Амин, От, Аит и тд. Слово слегка видоизменяется, но тем самым не меняет своего смыслового значения. Главное в его сути это звук... А звук пиндосовский какой то, не по-нашему короче говоря, и тон никак не был православный.

Слово КАЦАП – искаженное КАК ЦАП (цап в переводе с украинского – козел). Появилось после прихода на Украину (Малороссию) дьячков с их козлиной бородкой, к которым большинство населения испытывало неприязнь, как к любым чиновникам. Позже так называли все представителей великорусского сословия.

*Когда то названием "хохол" гордились. Это слово к украинцам не имело ни какого отношения. Так звали беглых крепостных, которые оседали за днепровскими порогами. Они брили голову и оставляли на макушке прядь волос,- хохолок по русски, по украински-осэлэдець.*

*Водка это не русское изобретение. Водку завезли. Само слово водка означает водить, то есть пьяный народ можно было вести куда угодно.*

**ОРТОЛОГИЯ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ.** По частотности мета-языковые комментарии письменных текстов с точки зрения их грамотности многократно превосходят все другие, подтверждая наш вывод об орфографоцентризме русского обыденного мета-языкового сознания [Голев 1999]. При этом как и в эксперименте в названной статье, тексты комментариев касаются в основном культурно-знаковой функции правописания, орфографии и пунктуации участники дискуссий охотно приписывают моральные и политические смыслы.

*"Меч" пишется без мягкого знака. И не "не кто", а "никто". Вот так вы любите Россию, квасные патриоты. Читать невозможно – так издеваетесь над русским языком.*

*Федя, тебе многое можно простить за ум и красноречие, но когда ты пишешь с ошибкой наше святое слово "просерает" – это непростительно.*

Темой №1, которая возникает при обсуждении самых разных тем и перерастает в жанр боковых дискуссий, несомненно является тема необходимости соблюдения норм на портале Newsland. Ср.: *А по сути статьи можете что-то сказать? Это ведь дурная манера – отсылать людей от статьи. Это флуд. Вы не находите?* Совершенно очевидна поляризация участников политических дискуссий по вопросу – стоит ли соблюдать на портале нормы правописания, грамматические и стилистические нормы, стоит ли обращать внимание на неграмотность и т.п.

ОТ ЯЗЫКА К ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКЕ И ДАЛЕЕ К ПОЛИТИКЕ.

«Гиперметаязыковые» дискуссии, в которых объектом обсуждения становятся собственно языковые проблемы, часто не отрывны от проблем политических, исторических, этнокультурных. Особенно активно становится предметом таких дискуссий ситуация с русским языком в республиках бывшего СССР и вопросы, связанные с происхождением русского языка. Эти проблемы регулярно пересекаются и смыкаются; так, например, всегда происходит, когда дискутируются вопросы о перспективах объединения России и Украины; в этих случаях дискуссия часто уходит в историю русской идентичности, и апелляция к языковому фактору здесь звучит громко и постоянно. Интерес к истории народов и их языков велик, знатоков, псевдознатоков на народных политических порталах собирается немало. Исследователям народной лингвистики такие дискуссии предоставляют обширный и интереснейший материал.

Вопросы лингвистики на народных порталах естественным образом перерастают в вопросы политики, промежуточных звеном такого перехода выступают суждения участников дискуссий о проблемах, имеющих, социолингвистическое, юрислингвистическое, этнолингвистическое содержание

*Ну не может быть такого языка, в котором В одну страну (один случай) и НА другую страну (другой случай). Я объясняю это только имперским происхождением этого термина.*

*Другое – это время появления русского языка более позднее чем украинского. Когда-то Украина занимала территорию от р. Сян и до р. Дон. И везде на одном языке разговаривали (балакалы) граждане этих территорий. Это не была страна в те времена.*

Вот у Юли Тимошенко вообще непонятно, какой. Смесь западноукраинского с гуцульским, венгерским и польским... Литературный украинский язык – Ивана Франка, Леси Украинки, отчасти Тараса Шевченко... На каком говорит и пишет Кравчук – неведомо. Мой Вам, извините, совет. – Не поддавайтесь на провокации ющенок с их америкосскими женами.

А свят – это украденное у славян слово СВЕТ. Бойтесь света. Так что сдулась ваша лживая, трусливая и рабская системка, с..ду..ла..сь! Ура!

СОЦИОЛИНГВИСТИКА. Раньше, при Сталине(отец рассказывал) за слово жид,кацап,хохол,чурка можно было схлопотать червонец.потому,что ГОСУДАРСТВЕННОСТЬ державы была превыше всего...

Что касается свободы слова, то здесь, вообще, дремучий лес. В стране,где 80% предпочитают русский язык, этот язык негосударственный, что влечет за собой, отказ в обучении на русском языке, запрет иностранных(нерусских) фильмов с переводом на русский язык, обязательная адаптация телевизионных российских каналов, даже в кабельных сетях. Этих примеров дискриминации в языковой сфере на Украине достаточно? Если нет я продолжу.

ЛИНГВОПЕРСОНОЛОГИЯ. Вообще есть другое слово, созвучное Вашему предложению – провокатор. Перерос свою ипостась и теперь провоцирует народ на самоуничтожение в войне за кремль. А что и кто там будет после бунта – ни народу ни ему самому не ведомо **Пытающаяся манипулировать личностью**. Как видим, автор создает пассаж в духе типологии языковых личностей.

ЛИНГВОЭКОЛОГИЯ. Так что, господа комментаторы, следите за своей речью. Слово «формирует» нашу среду обитания. Как говорим так и живём.Обязательно было употреблять непонятное никому слово "Хейтерство" со сноской – и в конце объяснять его значение? Русский язык богаче. И словосочетание "тотальной дикой НЕНАВИСТИ" звучит понятнее, и убедительнее, нежели "тотального дикого хейтерства". Пусть даже и со звездочкой.

В настоящем русском языке, который жида изгадили донельзя, вообще знаков препинания не было. Не спотыкалась Русская мысль, ибо задней думки, как у вас, не было.

*Патриот, ответьте, а почему Lada Granta и всякая прочая иностранщина? Названия должны быть исконно русскими, патриотичными, не зря же говорят – как вы лодку назовёте, так она и поплывёт.*

*1. Праймериз 2. Аккаунт 3. Модернизация 4. Инновации 5. Нанотехнологии 6. Драйв 7. Бренд 8. Тренд 9. Айфон 10. Твиттер 11. Контент 12. Ипотека 13. "Хедлайн" 14. Далее можно продолжить... И это президент России?! Это уже пример не просто теоретизирования или морализирования (как в предыдущем примере), но уже пример лингвистического мини-исследования политических речей президента Д. Медведева.*

*ЮРИСЛИНГВИСТИКА. Информация для Вас и больше половины поселка: Во всей Конституции нет слов «партия» или «партии», и всего одно слово с корнем «парт» в статье 13: «В Российской Федерации признаются политическое многообразие, многопартийность».*

*То, что произошло с Эстонией в 1940-м году не имеет ничего общего с тем, что понимает международное право под термином «оккупация». Если в бытовом обиходе смешение понятий «оккупация» и «принудительная инкорпорация» может быть как-то понятен, то некорректное использование юридических терминов главе государства непозволительно.*

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Голев Н. Д. Обыденная лингвополитология: проблемы и перспективы // Современная политическая лингвистика : тезисы Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 29.06 – 6.10.2011) / гл. ред. А. П. Чудинов; Урал. Гос. Пед. Ун-т. Екатеринбург, 2011. С.66-69.

Голев Н. Д. Когнитивный аспект русской орфографии: орфографоцентризм как принцип обыденного метаязыкового сознания // Отражение русской языковой картины мира в лексике и грамматике: Межвуз. сб. науч. трудов / Под ред. Т. И. Стексовой. Новосибирск, 1999. С.97-107.

Голев Н. Д., Шанина А. В. Обыденный политический дискурс на сайтах Рунета с фашистским и антифашистским содержанием // Политическая лингвистика, 2 (14). Екатеринбург, 2013. С. 178 -186.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Голев Николай Данилович*

*Место работы и должность: Кемеровский государственный университет, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка*

*E-mail: ngolevd@yandex.ru*

**И. В. Грибан**

Екатеринбург (Россия)

**УЧЕБНИК ПО ИСТОРИИ  
КАК ОСНОВА ДЛЯ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ДИАЛОГА:  
АНАЛИЗ ФРАНКО-ГЕРМАНСКОГО ОПЫТА**

Одним из важнейших источников формирования представлений о прошлом являются школьные учебники истории. Содержание учебников определяется не только методическими соображениями, но и идеологическими установками авторов, национальными интересами представителей той или иной страны. Еще в 1981 г. известный французский историк М. Ферро в работе «Как рассказывают историю детям в разных странах мира» наглядно продемонстрировал, что история одних и тех же событий приобретает свои национальные особенности в зависимости от их роли в прошлом отдельно взятых стран: «История в каждой стране с успехом продолжает выполнять функцию оправдания самих себя» [Ферро 1992: 194].

Школьное историческое образование становится своеобразным «каркасом», на который наслаиваются приобретаемые впоследствии знания, во многом предопределяет наше отношение к истории не только своей страны, но и других государств, и нередко находит проявление в процессе межкультурной коммуникации. Различные интерпретации тех или иных исторических событий часто становятся объектом дискуссий не только профессиональных историков, но и политиков, оказывают влияние на развитие международных отношений. В связи с этим представляет интерес опыт создания и внедрения германо-французского учебника по истории – уникальная попытка примирения двух народов на основе совместного осмысления прошлого.

Инициатива создания такого учебника исходила от молодежи – идея возникла в январе 2003 г. на франко-германском молодежном форуме, посвященном празднованию 40-летия подписания Елисейского договора – документа, который закрепил послевоенное примирение Франции и Германии и обязал власти обеих стран проводить регулярные консультации по основным направлениям внешнеполитической деятельности, вопросам безопасности, молодежной и культурной полити-

ке [Freunde feiern...; Ein ziemlicher Spagat...]. Инициатива была поддержана правительствами обеих стран. Для работы над учебником был создан авторский коллектив: по пять историков из ФРГ и Франции. Авторы-составители первого в истории франко-германского учебника столкнулись с большим количеством трудностей. Во-первых, непростой задачей стало сопоставление учебных планов, которые сильно различаются даже в рамках одной страны (так, во всех 16 федеральных землях ФРГ действуют разные учебные планы). Во-вторых, необходимо было привести к «общему знаменателю» методические особенности преподавания истории: во Франции больший акцент делается на фактологический материал, в то время как в Германии процесс изучения истории строится преимущественно на рассмотрении и обсуждении большого количества источников, представлении нескольких точек зрения по одному и тому же вопросу [Graw]. Безусловно, самая сложная задача состояла в необходимости прийти к консенсусу в оценке событий и дать ответы на сложные и болезненные для восприятия вопросы: кто был виновен в развязывании мировых войн и можно ли было их избежать? Почему французы и немцы по-разному относились к коммунистическим партиям? Был ли фашизм универсальным явлением? Почему в Германии стал возможен приход к власти Гитлера?

Учебное пособие, состоящее из трех частей, предназначено для старших классов гимназий. В 2006 г. была опубликована первая часть (по хронологии – последняя): «Европа и мир после 1945 г.» [Histoire 2006]. Учебники, посвященные наиболее сложным периодам истории Франции и Германии, были подготовлены позже: в 2008 г. вышла в свет вторая часть – «Европа и мир от Венского конгресса до 1945 г.» [Histoire 2008]. В 2010 г. была завершена работа над первым томом «Европа и мир от Античности до 1815 г.» [Histoire 2011]. Презентация учебника вызвала оживленное обсуждение на страницах общественно-политических изданий и была воспринята как «эпохальное событие», «историческая революция» в истории франко-германских отношений [Birkenmaier; Deutsch-französisches Geschichtsbuch...]. Наибольший интерес представляет вторая часть учебника, поскольку в ней представлен временной промежуток, в рамках которого немцы и французы были преимущественно

враждующими сторонами и который является крайне дискуссионным и сложным для восприятия.

Учебник «Европа и мир», изданный одновременно на немецком и французском языках и отличающийся высочайшим качеством полиграфии и методических материалов, получил высокую оценку рецензентов, которые отмечали, что авторам удалось не только представить бинациональную версию одного из самых сложных периодов европейской истории, но и достаточно полно раскрыть основные аспекты социально-экономического развития, истории религии и культуры [Schmoll; Birkenmaier]. Руководитель группы немецких историков П. Гайс отмечал: «В учебнике по каждой теме присутствуют два взгляда. По крайней мере – два, благодаря чему ученики могут сами выработать свою собственную позицию, собственное понимание истории» [Бывшие враги...].

Что касается структуры учебника, то материал разбит на 7 частей: «Век наций (1814 – 1914)», «Образование индустриального общества в 19 – начале 20 вв.», «Культурное развитие в 19 – первой половине 20 вв.», «Европейская экспансия и колониализм», «Первая мировая война», «Демократии и тоталитарные режимы в межвоенное время», «Вторая мировая война» [Histoire 2008]. Интересно соотношение основного и дополнительного текста в учебном пособии: 50/50. Вся важная информация представлена предельно сжато и структурированно, текст делится на части с отдельными подзаголовками, которые часто сформулированы в виде вопросов, побуждающих учащихся к размышлению (например, «Франция – исключение из мирового экономического кризиса?», «Победа демократии?», «Перемирие или капитуляция?» и т.д. [Там же]).

При подготовке учебного пособия большое внимание было уделено внетекстовому компоненту: в учебнике много иллюстраций, графиков, схем, которые успешно дополняют основной текст. Пояснительный текст к иллюстрациям зачастую эмоционально окрашен и заставляет задуматься. Особую роль в учебном пособии играют карты, которые не просто призваны проиллюстрировать, например, ход боевых действий на том или ином этапе войны. Для работы с картами предложены специальные задания, благодаря которым ученики приобретают навыки анализа и интерпретации картографической информации.

Наиболее спорные сюжеты сопровождаются историографическими обзорами (досье), что является традиционным для немецких учебников, но совершенно не характерно для учебных пособий во Франции (так, представлены мнения авторитетных историков по следующим темам: «Была ли Веймарская республика обречена?», «Фашизм – универсальный феномен?» «Роль Гитлера в зеркале исследований» и т.д.). После каждой главы помимо традиционных вопросов по тексту авторы предлагают методическую разработку, которая представляет собой алгоритм анализа исторического источника и детально рассмотренный пример («Анализ и интерпретация исторического источника», «Анализ исторической картины», «Методика чтения и анализа научного текста», «Методы работы с архивными данными», «Методика интерпретации статистических данных», «Правила написания сочинения на историческую тему»). Таким образом, ученики не просто получают готовые факты, они учатся находить, читать, понимать и интерпретировать данные исторических источников.

Особенностью учебного пособия является стремление авторов расширить кругозор школьников, «выйти за рамки» учебника. Так, после каждой части учебника авторы предлагают список источников для углубления знаний по изученной теме: это не только сборники документов, мемуары, художественные произведения, но и документальные и художественные фильмы, музеи и памятные места, тематические сайты. Помимо этого, в конце каждого тематического блока представлены важнейшие даты и обзор ключевых терминов на немецком, французском и английском языках.

Таким образом, авторами-составителями проделана колоссальная работа по подбору, интерпретации источников, осмыслению и содержательному наполнению франко-германского учебника. Создание общего учебника по истории учеными из ФРГ и Франции, с одной стороны, стало примером успешного межкультурного диалога: оказалось возможным изложение истории двух стран, которые на протяжении 150 лет трижды воевали друг с другом, в рамках одного пособия. В то же время, появление такого учебника поднимает ряд вопросов: насколько безграничным может быть консенсус в истории? Оправдано ли стирание национальных границ в преподавании истории? И, наконец, возможно ли создание подобных учебников для других стран: Польши и Германии, Германии и России, России и Польши?

## ЛИТЕРАТУРА

Бывшие враги написали общий учебник истории // Deutsche Welle.  
URL: <http://www.dw.de>

Ферро М. Как рассказывают историю детям в разных странах мира. – М.: Высшая школа, 1992.

Birkenmaier W. Einladung zum Nachdenken: Historie, deutsch-französisch // Stuttgarter Zeitung. 2008. № 104.

Deutsch-französisches Geschichtsbuch: eine historische Revolution. URL: <http://www.treffpunkteuropa.de>

Ein ziemlicher Spagat: deutsch-französisches Geschichtsbuch. URL: <http://www.spiegel.de/schulspiegel/deutsch-franzoesisches-geschichtsbuch-ein-ziemlicher-spagat-a-414636.html>

Freunde feiern ihre Freundschaft // Deutsche Welle. URL: <http://www.dw.de/freunde-feiern-ihre-freundschaft/a-16539411>

Graw A. Neues Schulbuch für Deutsche und Franzosen // Die Welt. 2008. URL: [http://www.welt.de/welt\\_print/article1882988](http://www.welt.de/welt_print/article1882988)

Histoire / Geschichte. Europa und die Welt seit 1945. – Leipzig: Ernst Klett Verlag, 2006.

Histoire / Geschichte. Europa und die Welt vom Wiener Kongress bis 1945. – Leipzig: Ernst Klett Verlag, 2008.

Histoire / Geschichte. Europa und die Welt von der Antike bis 1815. – Leipzig: Ernst Klett Verlag, 2011.

Schmoll H. Historische Verständigung. Der zweite Band des deutsch-französischen Geschichtsbuchs ist mehr als ein Schulbuch // Frankfurter Allgemeine Zeitung. 2008. № 82.

## **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Грибан Ирина Владимировна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, кандидат исторических наук, старший преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью, директор музея истории*

*E-mail: [gribanirina@gmail.com](mailto:gribanirina@gmail.com)*

**Т. А. Гридина, Н. И. Коновалова**

Екатеринбург (Россия)

## **ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТЫ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АРГУМЕНТЫ: ПРАГМАТИКА КРЕАТИВА В ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ**

Современный газетный дискурс насыщен (часто даже перенасыщен) креативом, в том смысле, что информация транслируется с привлечением нестандартного языкового кода, привлекающего внимание адресата и требующего дешифровки содержащихся в тексте оценочных импликатур. В особенности это касается политических фактов, аргументация которых часто апеллирует не столько

к логической, сколько к эмоционально-оценочной сфере читателя. Прагматика лингвистического креатива в газетном дискурсе, следовательно, обусловлена использованием таких средств воздействия (убеждения), которые формируют у члена социума определенный взгляд на освещаемое событие, факт. В основе креативных механизмов лежит обновление формы речи, привлекающей внимание не только своей нестандартностью, но и апелляцией к «сообразительности» собеседника, способного оценить явные и скрытые за фразой смыслы.

Рассмотрим наиболее типичные «лингвистические аргументы», используемые в предъявлении политической информации на газетной полосе. Материал для анализа извлечен из одного номера газеты «Аргументы и факты» [АИФ № 16 (1693) 17-23 апреля 2013].

Основными формами газетного креатива выступают:

1. Обыгрывание символики прецедентных феноменов. При этом в число приемов явной и имплицитной аргументации входит активное соединение вербального и невербального кодов передачи информации (использование креолизованных текстов).

Так, политический подтекст содержит в себе коллаж картины И. Репина «Бурлаки на Волге» на фоне Москва-реки и Кремля. Бурлаки при этом тянут не баржу, а некую красную платформу в виде вопросительного знака. Этот видеоряд сопровождается надписью: **Куда идём? Большой вопрос...** (ср. всплывающую аллюзию на ключевую фразу из поэмы Н.В. Гоголя «Мертвые души»: «Русь, куда ж несешься ты? Дай ответ. – Не дает ответа», а также ассоциации с символическими названиями романов «Камо грядеши» Г.Сенкевича, «Что делать?» Н.Г.Чернышевского, «Кто виноват?» А.И. Герцена; вторая часть вербальной реплики *большой вопрос*, помимо собственно значения сомнительности, аллюзивно отсылает к тексту песенки-загадки Винни-Пуха: *Куда идем мы с Пятачком – большой-большой секрет...*). Считывание этих имплицатур заставляет читателя задуматься над извечным вопросом об историческом пути и перспективах развития России (в свете намека на неблагополучие современной социально-экономической и политической ситуации).

Особая роль отводится прецедентному заголовку, который не только маркирует тему статьи, но и задает некоторый ракурс восприятия того, о чем сообщается. Ср., например, **«Закон о трех буквах»** (эвфемистический перифраз, объединяющий высказыва-

ния политиков и других общественных деятелей по поводу запрета мата в СМИ). В основе такого употребления – легко считаваемая импликатура «послать на три буквы», что обыгрывается в приведенных, также эвфемистических, репликах по поводу данного прецедента. Ср.: А. Волин, замминистра связи и массовых коммуникаций. «Список матерных слов никто составлять не будет. Потому что слова, которые нельзя употреблять (в СМИ. – Ред.), каждый из нас знает с восьми лет». Здесь же журналистский комментарий к сказанному: Так и запишем в законе: «Запретить слова, которые каждый знает с восьми лет. Кстати, как его правильно называть – **закон о трех буквах или закон об одной матери?**» (С. Репов, А. Фуфырин) [Думается, что и имена написавших этот текст журналистов – псевдонимы, аллегорично мотивированные прост. фразеологич. глаголом *фуфыриться* – «с напряжением думать о чем-л.», и экспрессивным глаголом *фуфыриться* «злиться, сердиться, дуться, горячиться, привередничать» – см. В.Даль, М. Фасмер. Этот креативный ономастический код отражает явно ироническое отношение к описываемому факту]. См. также прецедентные заголовки, придающие проблемный «пафос» освещаемому событию. Например: **«Всех под одну гребенку?»** – статья о борьбе с взяточничеством; **«Для правды опять не время?»** – статья М. Веллера по поводу написания единого учебника истории. Ироническая подоплека этих риторических вопросов очевидна. Или: **«Украл, спрятал, свалил? Кого проверят на честность и что ждет нарушителей закона»** (статья о введении декларации о доходах государственных чиновников). Лежащий в основе игровой трансформации прототип – известная фраза Ю. Цезаря «Пришел. Увидел. Победил». Сопряжение трансформы и прототипа задает импликатуру «*Quod licet Iovi non licet bovi*» (Что дозволено Цезарю, не дозволено быку). Вопрос о том, все ли равны перед законом, составляет движущую пружину вовлечения читателя в дискуссию.

2. Обыгрывание семантической двуплановости фразы и эффекта обманутого ожидания (ассоциативной провокации [Гридина 1996]): ср., например, анонсы к публикуемым в номере статьям на первой странице «АИФ»: ЧТО? ... нас застрахует от врачебных ошибок (намек на то, что медицинская страховка – еще не гарантия реальной помощи); ПОЧЕМУ? ... наши власти страдают недержанием ... обещаний (ср. *недержание* в значении, синонимичном мед. термину «энурез», что создает импликацию «раздавать обещания, будучи не в состоянии удержаться

от желанья понравиться электорату, не задумываясь об ответственности за свои слова»); ГДЕ? ... учат Родину любить (обыгрывание прямого и эвфемистического смысла выражения, используемого как угроза в адрес того, кто не подчиняющегося уставу – из армейского жаргона); ГДЕ? ... Россия хранит свою кубышку на черный день (контаминация прямого и переносного смысла устойчивых выражений «отложить /деньги/ на черный день» и «хранить деньги в кубышке»); КАК?... экономические показатели страны влияют на количество олимпийских медалей (выражение, содержащее импликацию о переходе количества в качество: в данном случае это намек на состояние экономики, не способствующее развитию спорта в нашей стране); КАК? ... высокой культуре не упасть ниже плинтуса (антонимическая актуализация переносного и прямого значений устойчивых выражений; ср. *опустить ниже плинтуса* – о предельно уничижительной оценке чего-л. или кого-л.; намек на профанирование высоких культурных (в том числе образовательных) ценностей в современном социуме и т.п.

3. Словотворческие инновации, маркирующие актуальные события социально-политической жизни и часто имеющие первичную авторскую паспортизацию: будучи приведенными как прямая цитация из речи авторитетного лица, такие прецеденты получают приоритетное право на закрепление в языке. Так, в своем интервью о строительстве нового космодрома под Благовещенском, на берегу Тихого океана, В.В. Путин употребил неологизм *приводняться* со следующей ссылкой: «Здесь есть железная дорога, достаточно много свободного места, что удобно и с точки зрения приземления будущих космонавтов. Правда, *как говорят специалисты* (выделено нами. – Т. Г., Н. К.), наши космонавты здесь будут иногда не приземляться, а приводняться – в океане». Отмеченный факт подчеркивает известную всем склонность президента к образной и нестрогой официальной манере речи, что характерно в целом для «языкового вкуса эпохи» (В. Г. Костомаров). Словотворчество, являясь яркой чертой современного языка газеты, эксплуатирует как традиционные для публицистического стиля, так и новые модели экспрессивной номинации. Ср., например, **Майамщина** (от Майами с использованием суффикса – щин/а) по аналогии с Брянщина, Смоленщина. Однако в отличие от приведенных традиционных топонимов неологизм содержит оценочную коннотацию, наведенную ситуативным контекстом. Речь идет о намерении В.

Пехтина, экс-депутата Госдумы, принять предложение председателя правления «РусГидро» перейти на работу в эту компанию. На слова депутата: «Там я не буду ограничен по территориальному признаку», – журналист реагирует иронической вопросительной репликой: «То есть вскоре следует ожидать появления российских ГЭС на Майамшине?» (импликацией является намек на Майами как излюбленное политиками место отдыха, куда и отправится «работать» раскрепощенный депутат). К топонимическим инновациям можно отнести и название *Лондонград*. Ср. заметку **«Сколько наших в Лондонграде живет?»**, в которой обсуждаются причины наличия в британской столице более 300–400 тысяч россиян, в том числе тех, кто ищет в ней политического убежища (при этом упоминаются имена таких «сверхбогачей» и олигархов, как Абрамович, Батурина, Дерипаска, Закаев и др.). Экспрессия топонима определяется, с одной стороны, его структурой, включающей топонимоморф *–град*, обладающий национально-специфичной «славянской» коннотацией (и здесь есть намек на то, что Лондонград стал «главным зарубежным пристанищем для россиян»); с другой стороны, в самом названии заметки считывается аллюзия на референ русской народной сказки «Теремок» (*Кто-кто в теремочке живет?*). Применительно к проблемам жизни современного Лондона с его огромным многонациональным населением и привлекательностью для эмигрантов эта аллюзия вызывает мысль об излишней «толерантности» британских властей (ведь, как известно, сказочный теремок не выдержал напора желающих поселиться в нем «гостей» и развалился).

Среди актуальных экспрессем газетного дискурса можно отметить образованные способом сложения типа **почтомат, деньгопровод**. Ср. название заметки «Бандероль из почтомата» (о новых устройствах для автоматической выдачи почтовых отправлений), статью В. Гудковой «Деньгопровод» с подзаголовком «Кто "сливает" себе бюджетные миллионы?» (по поводу обсуждения на парламентских слушаниях законопроекта о Росфинантстве, которому планируется передать накопленные нефтяные деньги). В этом контексте *деньгопровод* «синонимизируется» со своим прототипом *нефтепровод*, акцентируя оценочную импликацию «нефть – источник доходов не только для государства, но и средство обогащения конкретных лиц в ущерб народному благосостоянию». По словам Оксаны Дмитриевой, д. ф. н., профессора, первого зампреда

Комитета Госдумы по бюджету и налогам, «это очередная схема для увода народных средств».

Интересен окказионализм, представленный в названии заметки «**Ударники каптруда**»: о сосуществовании советских символов с приметамы рыночной эпохи, возвращении советских реалий в нашу сегодняшнюю жизнь. Легко узнаваемый прототип *ударник (герой) соцтруда* создает эффект восприятия смысла новообразования по принципу ассоциативного наложения (совмещающая традиционно разнонаправленные идеологические векторы оценки реалий социализма и капитализма).

Из экспрессивных глагольных новообразований разговорного стиля назовем представленное в газетной публицистике слово **кошмарить**. Ср. статью с названием: «**Борьба за землю. Зачем кошмарить фермера?**». Глагол в статье имеет значение «создавать кошмарные, невыносимые условия для развития фермерских хозяйств», хотя этим его оценочный потенциал не ограничивается. Данное новообразование, мотивированное существительным кошмар, имеет широкое значение «применение агрессивных мер устрашения кого-л., запрета (в том числе законодательного порядка) с целью подавления, пресечения не поощряемой кем-л. инициативы».

4. Использование метафорического кода как способа актуализации оценочных импликатур. Приведем лишь одну иллюстрацию из материалов рассматриваемой нами газеты «АИФ»: «**Мы все равно встанем!**» – название статьи поэта А. Дементьева об актуальности советского лозунга «Все на защиту искусства» в наше время. Стертая метафора *встать на защиту* (кого-л. или чего-л.) в тексте этой газетной публикации получает эмоциональное подкрепление: «Я бы даже шире сформулировал: все на защиту культуры! *На защиту в прямом смысле слова* (выделено нами. – Т.Г., Н.К.). Посмотрите, сколько из бюджета выделяется денег на нее. Это позор для России!»). Прямые императивы (призыв к тому, чтобы возродить культуру) подкрепляются далее метафорическими номинациями иронической тональности: «**Общество туземцев**» (о поколении, переставшем любить свою родину (утратившем чувство патриотизма)). Но наиболее полно обыгрывание метафорического смысла заглавия статьи разворачивается в рассуждениях автора по поводу символов, в которых предстает сущность России сознанию современной молодежи. В одном из конкурсов по выбору такого

символа победил образ Ваньки-Встаньки: «мол, нас не завалишь!». Читатель задает автору статьи вопрос: Как по-вашему, мы пока еще Ванька-Встанька или центр тяжести у страны сместился и неваляшка все-таки завалится?» (заметим, что этот вопрос метафорически развивает затронутую в статье тему профанизации культурных ценностей). Ответный комментарий А. Дементьева актуализирует положительный оценочный смысл данной метафорической аналогии – оптимистический взгляд на будущее культурное возрождение России: **«Конечно, Ванька-Встанька! Я верю, что мы все равно встанем».**

Даже этот краткий обзор креативных практик современно-го языка газеты убеждает в том, что традиционное для публицистического стиля выражение открытой оценки (лозунговость, императивность) уступает место стратегиям оценочного имплицирования с применением стратегий языковой игры. При этом на первый план часто выступает манипулятивная прагматика игремы, связанная не только с формированием общественного мнения, но и с активным вовлечением читателя в публицистический диалог.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество. – Екатеринбург, 1996.

Гридина Т. А., Коновалова Н. И. Вопросы номинативной теории политической коммуникации // Политическая лингвистика. 2011. №1(35). С.257-259.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Гридина Татьяна Александровна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, доктор филологических наук, профессор*

*E-mail: tatyana\_gridina@mail.ru*

*ФИО: Коновалова Надежда Ильинична*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, доктор филологических наук, профессор*

*E-mail: sakralist@mail.ru*

**С. В. Иванова**

Уфа (Россия)

**«РЕБРЕНДИНГ ОТ ПРОТИВНИКА»  
КАК МОЩНЫЙ ИНСТРУМЕНТ  
ПОЛИТИЧЕСКОЙ БОРЬБЫ**

Политика как сфера борьбы за политическую власть теснейшим образом связана с языком и речевой деятельностью. И эта связь осуществляется в нескольких направлениях. Прежде всего, политика использует воздействующий потенциал языка, поскольку политик должен привлечь на свою сторону людей, убедить их, а порою и быть способным к манипулированию их сознанием. Необходимость реализации воздействующего потенциала языка ведет к использованию определенных синтаксических конструкций, определяет выбор лексических единиц, тропов и т. п. Данная работа посвящена одному из основных аспектов актуализации языковых единиц – номинированию или номинации, то есть именованию того или иного явления или объекта действительности при помощи языковой единицы. Однако речь в данном случае пойдет не просто о номинации как процессе и результате выбора лексических единиц в рамках осуществления политической деятельности (известные примеры, типа: *rebels / terrorists*), а совершенно определенной речевой стратегии в рамках политической борьбы, которую можно было бы назвать политическим ребрендингом или, более точно, **ребрендингом от противника**. Суть данного явления заключается в выборе такого средства переименования, то есть изменения принятого в политической сфере имени политического противника, которое направлено на его моральное уничтожение или резкое снижение его политического статуса, за счет создания нового образно-символьного номинирующего комплекса. В данной работе хотелось бы остановиться на лингвистических механизмах, которые лежат за ребрендингом от противника как мощного орудия в политической борьбе.

Общеизвестно, что любая политическая сила, а наиболее важными силами на современной политической арене являются политические партии, тщательно выбирает себе имя, которое становится и ее брендом. Как известно, бренд в маркетингологии

понимается как имя, символ, знак, термин, дизайн, служащий идентификации и именованию продукта. Представляется, что понимание бренда как знака позволяет наиболее полным образом отразить мотивы политического ребрендинга от противника. Необходимо напомнить, что, вслед за Ч.С. Пирсом, в семиотике традиционно выделяют три типа знаков: индексальные знаки (знаки-индексы), иконические знаки (знаки-образы) и символические знаки (знаки-символы). Этим трём типам знаков соответствуют основные типы языковых значений: дейктические, номинативные, интерпретирующие [Васильев 2006: 167]. Вместе с тем, лингвисты отмечают, что все три типа значений могут взаимодействовать и совмещаться в одном знаке. Знаки-образы подразделяются на знаки с номинативными и интерпретирующими значениями. И те и другие выполняют отражательную функцию. Символическая функция знаков-символов, по мнению проф. Л.М. Васильева, свойственна главным образом ассоциативным компонентам иконических значений (например, ассоциативным коннотациям в значениях цветоименований). Дейктические значения знаков-индексов тоже совмещены – как правило, со значениями иконических знаков. Примером того служат местоимения, которые выполняют двоякую семиотическую функцию: функцию знаков-индексов (в речи) и функцию иконических знаков (в языке). Двоякую функцию выполняют и предлоги: в языке они обозначают, не называя, пространственные, временные, причинно-следственные, целевые и другие отношения между абстрактными величинами (предметами, свойствами, действиями, состояниями и т.д.), то есть являются иконическими знаками, а в речи они выполняют одновременно дейктическую и номинативную функции. В целом, с точки зрения неконвенционального понимания дейксиса все репрезентанты знаковой системы естественного языка всегда выполняют номинативно-интерпретирующую функцию в языке и дейктическую функцию в речи.

Представляется, что трехсторонним знаком зачастую является и имя политической партии, которая таким образом перерастает в бренд. Во-первых, это имя является знаком-индексом, так как служит указанию: встречая именование *Liberal Party*, *Republican Party*, *Партия «Единая Россия»*, *Либерально-Демократическая партия России*, *Коммунистическая партия России* и т.п., адресант немедленно отсылает адресата к определенному объекту, а адресат столь же быстро понимает, о чем

идет речь. Во-вторых, это имя во многих случаях является и иконическим знаком, поскольку создает и закрепляет образ, связанный с данной политической силой. Более того, в названиях многих партий этот образ сознательно эксплуатируется. Показательным примером политического бренда как знака-образа могут служить названия партий «Единая Россия», «Справедливая Россия», «Наш дом – Россия» и т.п. В-третьих, это имя, бренд, может выполнять и роль знака-символа. Так, по замыслу политтехнологов, само название «Единая Россия» призвано символизировать единство, объединение всех сил России. Соответственно, «Справедливая Россия» символизирует справедливость. «Наш дом – Россия» – эксплуатирует символ дома, которым для всех живущим в ней должна быть Россия.

В речи все эти названия выполняют дейктическую, указательную функцию. Вместе с тем, как это видно, в данных именовании, брендах, то есть номинативно-образно-символьных комплексах, сильно выражен и интерпретирующий потенциал. Вот именно интерпретирующий потенциал и служит причиной того, что политические противники оказываются заинтересованными таким образом переиначить признанный и устоявшийся политический бренд, чтобы более эффективно развенчать деятельность противника.

Политики говорят о том, что в настоящее время в политической борьбе имеет место ребрендинг как игра (См. URL: <http://video.foxnews.com/v/2625479239001/blaming-the-tea-party/> (дата обращения 24.08.2013)), которую ведет противостоящая сторона и благодаря которой становится возможным моральное уничтожение противника. Игровой компонент **ребрендинга от противника** связан с тем, что в новом бренде, данным противником, в краткой, подчас метафорической форме предъявляются серьезные обвинения к партии – носителю бренда. В дальнейшем эти лапидарные, но емкие выражения закрепляются за счет многократной воспроизводимости в средствах массовой информации или в политических прениях и имеют все шансы вытеснить из общественного сознания изначальный бренд, который, тем не менее, продолжает официально существовать. Так, например, в борьбе Республиканской и Демократической партий в США в настоящее время Республиканская партия получает такие именовании, как *No Party*, *Rush Limbaugh Party*, *French Party*, *Tea Party*, что позволяет в первом

случае низвести ее до уровня вечно недовольной стороны, отличающейся негибкой позицией по всем вопросам. Во втором случае, дав Республиканской партии имя неоднозначно принимаемого многими жителями США известного радиоведущего с довольно консервативной, если не сказать скандально-консервативной позицией по всем болевым вопросам современной Америки (нелегальная эмиграция, противостояние белого и афро-американского населения, вопросы веры, медицинское страхование), оппонент низводит Республиканскую партию до уровня крикуна и демагога, каким часто позиционируется политическими противниками и сам Раш Лимбо. Ребрендинг в виде *French Party* и *Tea Party* указывает на несерьезный характер деятельности данной партии, когда переосмысляется и само слово *party*, возвращаясь к своему первому значению «social event, often in a person's home/ to which people are invited in order to enjoy themselves, eg by eating, drinking, dancing, etc.» [Oxford Advanced ..., 1999: 844]. Нельзя не прокомментировать любопытные процессы, имеющие быть в случае тройного переосмысления известного для Америки именованья *Tea Party*. Как известно, данное название получило знаменательное для истории Америки «Бостонское чаепитие» 1773 г. Это именование является метафорической номинацией акта сбрасывания груза с чаем с борта кораблей в Бостонской гавани бостонцами, ратовавшими за снятие пошлин с товаров согласно печально известному положению Sugar Act и, в конечном итоге, за независимость североамериканских колоний. Совершенно очевидно, Boston Tea Party является классическим примером метафоры, положенной в основу вторичной номинации. Данное название было реанимировано после избрания на первый срок президента Обамы, когда в недрах Республиканской партии образовалось и набрало силу движение ее правого, консервативного крыла *Tea Party Movement*. При ребрендинге политическим противником произошло возвращение к первоначальному значению слова *party*, и, соответственно, *Tea Party* стало знаком-образом и знаком-символом, интерпретирующий потенциал которого низвел Старую партию до уровня некоего сборища людей, не занимающихся ничем серьезным, кроме как чаепитием. Таким образом, очевидно, что цель такого **ребрендинга от противника** чисто политическая. По сути, данный тип ребрендинга является мощным инструментом политической борьбы.

Безусловно, примеры политического **ребрендинга от противника** можно наблюдать в любой стране. Так, в России партия «Единая Россия» получила не одно хлесткое именование, которое содержит в себе обвинения ее противников в неправомерной, неправомочной и даже преступной деятельности членов этой партии думского большинства. С другой стороны, оппозиция, именуемая «несистемная» или «внесистемная», тоже подверглась ребрендингу от противника, так как внесистемность стала трактоваться не только и далеко не столько как незарегистрированность партий и движений, а как бессистемность политических взглядов, подходов и платформ. Весьма показательно в этом отношении рассуждения блоггера В. Морозова: «Внесистемная оппозиция в России сейчас оказалась в состоянии растерянности, неопределенности, без лидеров, которые могли бы проанализировать ошибки и предложить четкую программу дальнейших действий. Оппозиция меняется так, как ее меняют обстоятельства, и, таким образом, дает шанс Кремлю подготовиться ко второй волне протеста. Она отдала Кремлю инициативу и дала возможность диктовать условия, в которых оппозиции придется существовать и развиваться» (См. URL: <http://www.snob.ru/profile/23916/blog/60761> (дата обращения 24.08.2013)). Ребрендинг во всех этих случаях производится противником с тем, чтобы озвучить обвинения к деятельности «чужой» партии, но делается это при помощи краткого именованья, которое, помимо всего прочего производится посредством ярких образов, метко и четко. Новый номинативно-образно-символьный комплекс, иначе бренд, является своеобразно выраженным обвинением – но это обвинение, как лозунг, кратко, образно, символично и легко воспроизводимо. Подобного рода **ребрендинг от противника** способствует сращиванию бренда партии и тех обвинений, которые ей предъявляются оппонентом и становятся неотделимыми от ее образа, имени, бренда. Совершенно закономерно возникает новый бренд, который как знак несет не только номинативный, но и безусловный интерпретирующий потенциал. Вот именно эта новая, чаще всего, обвинительная интерпретация созданного оппонентом бренда и есть стратегическая цель противника.

#### ЛИТЕРАТУРА

Васильев Л. М. Теоретические проблемы общей лингвистики, славистики, русистики: Сб. избр. ст. – Уфа: РИО БашГУ, 2006. – 524 с.

Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / ed. Jonathan Crowther. – Oxford University Press, 1999.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Иванова Светлана Викторовна*

*Место работы и должность: Башкирский государственный университет, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой английской филологии и межкультурной коммуникации*

*E-mail: svet\_victoria@mail.ru*

**Л. Д. Кадырова**

Симферополь (Украина)

**МОДЕЛИ ОБРАЗОВАНИЯ НЕОДЕРИВАТОВ  
В МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ**

**Постановка проблемы.** Лексическая система русского языка начала XXI в. характеризуется активным влиянием процесса заимствования, затрагивающего не только лексический, но и словообразовательный уровень языка. Использование заимствованной лексики и динамичность процессов словопроизводства на их основе исследователи связывают со стремительным развитием экономических, политических и культурных контактов между носителями различных языков и культур, влиянием Интернет-коммуникации и массовой компьютеризации. Как отмечают лингвисты, активным механизмом, осуществляющим неоминацию, является деривация – создание новых единиц по нормам словообразования современного русского языка, поскольку именно словообразование является системой «средств, единиц, связей», служащей процессам неологизации [Касьянова 2012: 87].

В исследованиях последнего десятилетия проблемы неологии стали объектом активного изучения. Основополагающими работами, позволяющими объяснить многие современные деривационные процессы в языковой системе, являются исследования А. А. Брагиной, Д. В. Гугунавы, Е. А. Земской, Е. А. Карпиловской, Н. Ф. Клименко, Н. З. Котеловой, Л. П. Крысина, Л. А. Кудрявцевой, Г. С. Онуфриенко, А. В. Петрова, Е. В. Петрухиной, Л. И. Плотниковой, Т. В. Поповой, Т. С. Пристайко, Л. В. Рацибурской, Ю. В. Романюк и др.

**Актуальность статьи** обусловлена необходимостью систематизации моделей образования неолексем в масс-медийном

дискурсе, в частности на материале анализа неоморфем и не-оформантов как ярких структурных элементов, участвующих в образовании лексических инноваций. В работах лингвистов семантика и способы образования неолексем являлись предметом комплексного описания, однако при этом вопрос о моделях образования данных единиц не был раскрыт достаточно полно.

**Цель** исследования – системное описание деривационных моделей лексических инноваций именного типа с неоморфемами и неформантами в текстах масс-медийного дискурса, а также установление смысловых отношений между неодериватами.

**Новизна** предлагаемого исследования заключается в изучении деривационных моделей неолексем с неоморфемами и неформантами для систематизации лексических инноваций, функционирующих в текстах СМИ.

В неологических исследованиях существуют термины, обозначающие новые части слова, или морфемные и словообразовательные инновации. Так, термин **неоморфема** в лингвистике рассматривается как компонент слова, выделенный из состава неолексемы с делимой основой. Характерной чертой неоморфем выступает их тяготение к разным классам морфем, что объясняется относительно свободным местоположением анализируемого компонента в слове.

Так, модель 1 **«заимствованный компонент + исконная основа»** актуализируется при образовании лексических инноваций с неоморфемами: **арт-** (англ. art – «искусство»): *арт-данные, арт-заказник, арт-место, арт-работа, арт-событие, арт-сообщество, арт-современность, арт-тусовка* и др.; **веб-** (англ. web – «паутина»): *веб-выборы, веб-занятия, веб-обозреватель, веб-приложение, веб-разработка, веб-разработчик, веб-служба* и др.; **евро-**: *еврозабор, еврозавод, еврозаём, еврозона* и др. Е. А. Карпиловская отмечает, что чрезмерная активность приводит к появлению негативно окрашенных номинаций, об этом свидетельствуют такие окказиональные экспрессивно-оценочные новообразования: *евроскандал, евролюб, еврознаменитость* и др. Как показал контекстуальный анализ текстов СМИ, активными неоморфемами являются также компоненты **кибер-** (греч. kybernetice – «искусство управления»); англ. cybernetic): *кибер-город, кибер-нож, киберпреступление, кибер-преступность* и др.; **флеш- (флэш-)** (англ. flash — «вспышка»): *флеш-игра, флеш-накопитель, флэш-память, флеш-печать* и

др.; **медиа-** (англ. mass media – «средства массовой информации»): *медиа-война, медиапокупка, медиапрофсоюз, медиасеть, медиасообщество, медиа-среда* (неоморфема становится корнем – медийный, мультимедийность, мультимедийный) и др. Отметим, что в результате неполной адаптации анализируемого аффикса наблюдаются два способа его написания: через дефис (*медиа-война*) и слитно (*медиапокупка*).

Модель 2 **«заимствованный компонент + заимствованная основа»** участвует при адаптации лексических инноваций путем транслитерации к системе парадигм современного русского языка, а также при образовании неолексем за счет заимствованных компонентов: **веб-**: *веб-браузер, веб-девелопмент, веб-портал, веб-сайт, веб-инвестиции, веб-юзабилити* и др.; **кибер-**: *киберспейс, кибертерроризм, кибер-клиника, кибер-спорт* и др.; **медиа-**: *медиа-байер, медиа-баинг, медиа-бизнес, медиа-брокер, медиа-селлер, медиахолдинг* и др.; **арт-**: *арт-галерея, арт-гламур, арт-инсталляция, арт-истеблишмент, арт-каталог, арт-менеджер, арт-менеджмент, арт-колледж, арт-шоу* и др. Анализируемая неоморфема встречается и в постпозиции: *боди-арт, данц-арт, дизайн-арт, модерн-арт, поп-арт, соц-арт, тех-арт, топ-арт, фото-арт* и др. Ю. В. Романюк группирует композиты, образованные от компонента -арт, по присущим им категориальным словообразовательным значениям: лицо (*арт-заказник, арт-менеджер*); опредмеченное действие, деятельность, процесс, состояние и его последствие (*арт-событие, арт-шоу*); место (*арт-галерея, арт-колледж*); результат действия (*арт-объект*). Модель 3 **«заимствованная основа + заимствованный аффикс»**: **-инг**: *банкинг, бенчмаркинг, брейнсторминг, брендинг, брифинг, джипинг, имиджмейкинг, медиа-баинг, менторинг, паркинг, прессинг, ребрендинг, спаминг, спичрайтинг, спонсоринг, хакинг* и др.; **-ер**: *блог – блоггер, блонд – блондер, флешмоб – флешмобер* и др.;

Так, словообразовательная активность анализируемых единиц является показателем коммуникативной значимости и речевой адаптации неолексем. Модель «заимствованная основа + заимствованный аффикс» характеризуется приспособлением лексических инноваций к системе парадигм современного русского языка путем транслитерации (*веб-девелопмент – англ. WEB-development, бенчмаркинг – англ. benchmarking*).

Неоморфема как структурный компонент слова, участвующий в создании новых единиц, становится **неоформантом**, т.е. составляющей частью структуры новообразования, производного слова, не только с делимой основой, но и с формальной и семантической мотивацией.

Заемствованное слово «твиттер» (англ. Twitter – «болтать») стало популярным с появлением онлайн-сервиса для ведения микроблогов «Твиттера». В связи с этим создается пласт лексики, используемый в данном тематическом поле Интернет-пространства. В число новообразований входит алломорф **«ТВИТ- (ТВИ-)»**, который участвует в образовании ряда неологем по следующим моделям: 4 **«заемствованный компонент + заимствованная основа»** – *твинекдот* (Твиттер + анекдот); *твитоголик* (Твиттер + трудоголик); *твифоризм* (Твиттер + афоризм); *твитофренд* (Твиттер + френд (англ. friend – «друг»)); *твитопосты* (Твиттер + пост); *твитрейтинг* (Твиттер + рейтинг); *твит-аккаунт* (Твиттер + аккаунт (англ. account – «счет»)); *твитотренд* (Твиттер + тренд); *твитоблог* (Твиттер + блог); 5 **«заемствованный компонент + исконная основа»** – *твитодень* (Твиттер + день); *твитоновость* (Твиттер + новость); *твитоприложение* (Твиттер + приложение) и др. Для анализируемого неоформанта характерно образование новых единиц с дефисным написанием (твит-аккаунт); с помощью соединительной гласной -о- (твитоблог, твитоновость) и без неё (твитрейтинг), при этом появление соединительной гласной является признаком адаптации к русскому языку; благодаря усечению единицы Твиттер до тви- и прикрепления к неделимому компоненту другого слова (твифоризм, твинекдот).

Частотным является заимствованный компонент **-номика (-омика)** из «экономика» (от др.-греч. οἶκος — дом и νόμος — правило, закон), который участвует в образовании ряда новообразований с анализируемым неоформантом с моделью 6 **«имя собственное + заимствованный компонент»**, подтверждением этого является его широкая комбинаторика: *путиномика* – «Путин понимает стык, где встречаются экономика и политика и который можно назвать **«путиномикой»**; **«Путиномика является недолговечным гибридом политических императивов и экономической рациональности»** (<http://www.zavtra.com.ua>, 17.01.2005). «Путиномика» создана по модели «рейганомика» (Р. Рейган + экономика) – «экономиче-

ская политика администрации США в период президентства Р. Рейгана, проводившаяся с 1981 по 1988 г.» (Экономический словарь, 2007); «сталиномика» (И. Сталин + экономика); «клинтономика» (Б. Клинтон + экономика); «обаномика» (Б. Обама + экономика). Ср.: *«Сегодня начинается новая «Битва Титанов», вызванная большим желанием Уолл-стрит свести на нет реформы Додда. Это будет великое сражение между новой «обаномикой» и возвращением рейганомики»* (<http://forexclub.moy.su/news>). В украинских СМИ появились менее частотные смоделированные новообразования: «ющеномика» (В. А. Ющенко + экономика); «тимономика» (Ю. В. Тимошенко + экономика); «янукомика» (В. Ф. Янукович + экономика). Ср.: *«Тимономика: Юлия Владимировна собрала журналистов, чтобы объявить о победе; точнее, о том, что кризис в экономике потихоньку отступает»* («Новая», 17.08.2009); *«Янукомика – разработанный политическими сторонниками Виктора Януковича уникальный метод управления экономикой, при котором никакого управления экономикой не происходит вообще...»* (UAINFO, 23.02.2012).

#### **Выводы**

1. Деривационный потенциал лексических инноваций характеризуется высокой степенью комбинаторики структурных элементов.
2. При образовании новых единиц наиболее частотными являются модели – «заимствованный компонент + заимствованная основа», «заимствованный компонент + исконная основа».
3. Использование соединительных гласных, усечение морфем между аффиксом / компонентом слова и основой при образовании неолексем является подтверждением адаптации к системе парадигм русского языка, при этом неопределенность при написании структурных компонентов с основой (написание через дефис или слитно) свидетельствует о частичном приспособлении данных единиц. Несмотря на это словообразовательная активность анализируемых единиц является показателем коммуникативной значимости и речевой адаптации лексических инноваций.
4. Кроме словообразовательной активности, ярким показателем высокой степени адаптации неолексем является появление негативно окрашенных коннотативных компонентов.

## ЛИТЕРАТУРА

Баранова Л. А. Об одном «модном слове» и его дериватах в современном русском языке // Лексико-грамматические инновации в современных славянских языках: V Междунар. науч. конф. (Днепропетровск, ДНУ имени Олеся Гончара, 7-8 апреля 2011 г.): мат-лы. – Д. : Нова ідеологія, 2011. С. 21-27.

Бессонова Л. Е. Новое слово в деривационных и текстовых реализациях: семантико-прагматический аспект // Ученые записки ТНУ. Т. 25 (64). № 4, ч.2. С. 385- 393.

Земская Е. А. Словообразование. – СПб., 2001. 224 с.

Карпіловська Є. А. Образ держави у мові відкритого суспільства: новомова чи мова нового мислення? // Мова та культура у новій Європі: контакти і самобутність : Збірник наукових доповідей. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2009. С. 672.

Касьянова Л. Ю. Когнитивно-дискурсивные аспекты словообразовательной неологизации // Гуманитарные исследования. № 2 (42). 2012. С. 83-87.

Клименко Н. Ф. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі. – К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2008. С. 127-137.

Романюк Ю. В. Словотвірний потенціал нових засобів номінації у сучасній українській мові // Мова та культура у новій Європі: контакти і самобутність. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2009. С. 226-233.

Словарь русского языка : В 4 т. – М. : Русский язык, 1981. Т. 1. 698 с.

### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Кадырова Ление Диляверовна*

*Место работы и должность: Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского, аспирант кафедры русского, славянского и общего языкознания*

*E-mail: lenie\_1989@inbox.ru*

## **А. А. Казаков**

Саратов (Россия)

## **КОНЦЕПТ «ПОВЕСТКА ДНЯ» В СОВРЕМЕННОЙ ЗАПАДНОЙ КОММУНИКАТИВИСТИКЕ: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ ИССЛЕДОВАНИЯ**

В последнее время термин «повестка дня» достаточно прочно вошел в дискурс ученых, занимающихся проблемами массовой коммуникации. Появляется все больше работ, в которых прямо или косвенно анализируются различные аспекты данного феномена. В отечественной науке практические и теоретические сюжеты установления повестки дня особенно под-

робно рассматривались творческим тандемом Е. Дьяковой и А. Трахтенберг. Кроме них, отдельные стороны данного явления изучали также Я. и И. Засурские, М. Мамонов, Е. Вартанова, Т. Фролова, М. Шкондин, Г. Вычуб, Г. Ковалев, Е. Прохоров и другие авторы. Отдавая должное этим исследователям, нужно сказать, что их общими усилиями было сформировано более или менее целостное представление о сущности, механизмах и национальных особенностях установления повестки дня в России.

В этой связи весьма интересно посмотреть на то, что волнует исследователей повестки дня за рубежом. И прежде всего – на родине самого этого термина (применительно к процессам массовой коммуникации), в США. При этом считаем возможным оставить за скобками нашего внимания хорошо всем известные идеи классиков коммуникативистики (У. Липпмана, П. Лазарсфельда, Р. Мертона, Д. Макквейла, Дж. Хоркхаймера, Б. Берельсона, Э. Каца, Дж. Клаппера и др.) и авторов теории установления повестки дня М. Маккомбса и Д. Шоу. Вместо этого предлагаем обратиться к научным изысканиям тех западных ученых, кто занимается разработкой данной проблематики в настоящий момент.

Из огромного массива посвященных повестке дня публикаций мы отобрали для своего анализа 25 самых цитируемых журнальных статей в базе данных Web of Science (*Web of Science – составная часть поисковой платформы Web of Knowledge, содержащей реферативные базы данных публикаций, в том числе базы, учитывающие взаимное цитирование научных трудов*). Селекция публикаций осуществлялась по ключевому слову «agenda» (повестка дня) в категории «communication» (коммуникация). Упорядочив результаты поиска по количеству цитирований, мы отобрали 25 работ, на которые чаще всего ссылаются западные ученые – пользователи Web of Science. Предполагаем, что именно эти статьи задают тон изучению феномена повестки дня в современной западной коммуникативистике.

Прежде всего, необходимо отметить, что в зарубежной науке установление повестки дня (agenda setting) зачастую рассматривается сегодня в увязке с сопутствующими этому процессу фреймингом и праймингом. Напомним, что под фреймингом (от англ. *frame* – рамка, формулировать) обычно понимают процесс, в ходе которого СМИ, пытаясь сделать изложение мате-

риала более понятным для собственной аудитории, иногда намеренно упрощают суть описываемых событий, опускают отдельные подробности и предлагают собственные, не всегда, правда, объективные трактовки и интерпретации. Прайминг же (от англ. *prime* – воспламенять, расцвет, основной) подразумевает влияние информации, которую люди черпают из масс медиа, на оценку аудиторией окружающей политической действительности. Именно соотношение понятий «установление повестки дня», «фрейминг» и «прайминг» является на сегодняшний день одной из самых часто затрагиваемых в отобранных публикациях тем.

Обобщая, можно сказать, что по данному поводу существуют две основные точки зрения. По одной из них, фрейминг, прайминг и установление повестки дня – взаимосвязанные, но при этом различные, самостоятельные феномены. По другой, фрейминг есть не что иное, как расширенный вариант установления повестки дня (или, в терминологии М. Маккомбса, установление повестки дня второго уровня – *second-level agenda setting*). Сторонники первого подхода убеждены в том, что мнение об объекте внимания СМИ в первую очередь зависит от того, как (с использованием каких лексико-семантических средств) этот объект преподносится журналистами. Вторые же полагают, что решающее воздействие на аудиторию оказывает осуществляемый масс медиа отбор соответствующих сюжетов, затрагивающих объект. Иными словами – повестка дня, определенным образом сформированная в отношении конкретного объекта. При этом ее составными частями чаще всего являются не события, а черты-компоненты имиджа человека, партии, организации и т.п. Примером этому может служить актуализация в статьях про кандидата в президенты его военного прошлого в ситуации, когда в обществе силен запрос на т.н. «сильную руку».

Примирить эти два подхода отчасти способна конструкция, сформулированная Т. Шэфером. Данный ученый ввел в оборот понятие оценочного тона (*evaluative tone*) в отношении объекта журналистского повествования. Этот тон может быть позитивным, негативным или нейтральным, что, по сути, очень похоже на фрейминг, однако при этом сам Шэфер вписал свое нововведение в структуру установления повестки дня второго уровня [Sheafer 2007: 21-22].

Достаточно много внимания уделяется также принципам взаимодействия между собой различных видов повесток: политической, медийной (или информационной) и публичной (или общественной). В рамках политической повестки дня отдельные ученые выделяют две разновидности: символическую повестку, как правило, составляют «темы», привлекательные для аудитории, но при этом имеющие не очень много шансов на то, чтобы в отношении них были предприняты реальные действия властей; субстанциональная же повестка предполагает набор вопросов или проблем, для решения которых чаще всего предпринимаются конкретные меры – принимается соответствующее законодательство, выделяются средства и т.п. Отдельно изучается также и то, каким образом различные типы СМК (телевидение, печать, радио и интернет) влияют друг на друга в процессе установления информационной повестки. Данное взаимодействие в западной науке называют установлением «межмедийной» повестки дня (*intermedia agenda setting*) [см., напр., Butler 1998: 40-41; Roberts, McCombs 1994: 258-259].

Отдельного упоминания, безусловно, заслуживает попытка С. Волгрэйва и П. Ван Айлста сформулировать предварительную теорию воздействия медийной повестки на повестку политическую. По мнению этих исследователей, скорость и характер реакции политиков на актуализированные средствами массовой информации проблемы зависят от двух групп факторов: медийных (включают в себя характер освещаемых вопросов – навязчивые/ненавязчивые, тип СМИ и «тональность» публикаций – негативная/позитивная/нейтральная) и политических (период времени – меж- или предвыборный, внутриинституциональные процедуры принятия решений, политическая конфигурация в конкретный момент времени и личные качества политика, принимающего решения). Комбинация указанных факторов в конечном итоге предопределяет один из пяти вариантов реакции власти на сюжеты, занимающие лидирующее положение в медиа-повестке: отсутствие реакции, быстрая символическая (по мнению авторов, этот тип реакции больше характерен для парламентов), медленная субстанциональная (правительства), быстрая субстанциональная (сильные президентские системы) и медленная символическая [Walgrave, Van Aelst 2006:103-105].

В свете отмеченного выше разграничения повесток на политическую, информационную и общественную следует также обра-

тить внимание и на некоторые связанные с этим терминологические тонкости. Так, в отличие, скажем, от российской научной традиции, под установлением повестки дня (agenda setting) на Западе понимается процесс формирования только публичной (общественной) повестки. Считается, что происходит это, в первую очередь, под воздействием СМИ (в отношении «ненавязчивых» проблем – то есть тех, с которыми непосредственно, в реальных условиях, граждане сами не сталкиваются) и личного опыта людей (в отношении «навязчивых» проблем, о которых люди узнают и без помощи масс медиа). Формирование же информационной повестки именуется «строительством повестки дня» (agenda building) [см., напр., Sheaffer, Weimann 2005: 349]. Правда, то, каким образом и с чьим участием это происходит, чаще всего остается за рамками внимания американских и европейских ученых.

В исследованиях, посвященных установлению повестки дня, не последнее место занимает также вопрос о том, как на этот процесс влияет стремительное распространение интернета. Одна из первых серьезных попыток разобраться в этом была предпринята еще в 2002 году. С. Альтхаус и Д. Тьюксбери провели недельный эксперимент, по итогам которого выяснили, что читатели печатной версии «Нью-Йорк Таймс» более подвержены восприятию и усвоению устанавливаемой изданием повестки, чем те, кто в течение семи дней читал онлайн версию этой газеты. Причина – в способах размещения предлагаемого публике материала: в «бумажной» газете, располагая «выгодные» редакции статьи на первых полосах, выделяя их шрифтом, иллюстрациями и т.д., легче привлечь внимание читателя к сюжетам, в которых прежде он заинтересован не был; «электронные» же версии газет, группируя темы по категориям, делают более вероятной ситуацию, когда пользователь прочитает лишь то, что он изначально искал. Отсюда – меньший эффект установления повестки дня в сфере интернет-медиа и – параллельно – опасность увеличения степени фрагментации личностных повесток по мере дальнейшего роста популярности электронных средств получения информации [Althaus, Tewksbury 2002: 182-183].

Три года спустя этот вывод был несколько скорректирован и дополнен К. Шоэнбахом, Е. де Ваалем и Е. Лауфом. Проведя собственное эмпирическое исследование подверженности тысячи голландцев медийной повестке дня, ученые показали, что на самом деле те, кто получает информацию исключительно из интернет-источников, под влиянием этого также способны коррек-

тировать собственные повестки, делая их более широкими и разнообразными. Однако чаще всего это удается не всем, а лишь наиболее образованным пользователям сети. В то время как среди поклонников печатной прессы данный эффект наблюдается почти у всех – вне зависимости от уровня образованности человека [Schoenbach, de Waal, Lauf 2005: 253].

Наконец, необходимо упомянуть и еще один аспект, которому уделяется немало внимания в зарубежных исследованиях по установлению повестки дня. Речь идет о проявлениях данного феномена применительно к международно-политической проблематике. В этом плане среди 25 отобранных нами наиболее цитируемых статей выделяется работа В. Ванты, Г. Голана и К. Ли, исследовавших эффект установления повестки при освещении зарубежных государств. Экспериментальным путем ученые выявили сразу несколько закономерностей. Во-первых, чем больше внимания уделяется какой-либо стране в масс медиа, тем чаще аудитория этих СМИ считает, что данная страна имеет приоритетное значение для национальных интересов США. Во-вторых, в подтверждение теории об установлении повестки дня второго уровня, чем более негативно какое-либо государство преподносится СМИ, тем хуже мнение об этой стране у читателей/зрителей/слушателей. И в-третьих, позитивные или нейтральные оценки страны в масс медиа не оказывают существенного воздействия на отношение к этому государству аудитории [Wanta, Golan, Lee 2004: 369-374].

Таковы основные сюжеты, которые волнуют сегодня американских и европейских исследователей установления повестки дня. На наш взгляд, нужно признать, что, по общему объему внимания, уделяемого данной проблематике, по глубине анализа и разнообразию изучаемых аспектов, западная коммуникативистика по-прежнему задает тон в исследовании повестки дня. С другой стороны, до сих пор сохраняется отмеченное Е. Дьяковой и А. Трахтенберг еще в 2001 году «слепое пятно» гипотезы «agenda setting» в ее позитивистской трактовке – игнорирование вопроса о том, почему сами СМИ одни проблемы отбирают в качестве наиболее важных и достойных войти в медийную повестку, а на другие совершенно не обращают внимания [Дьякова, Трахтенберг 2001: 167-168]. Возможно, в попытке аргументированно ответить именно на этот вопрос и кроется реальная возможность для отечественных исследователей повестки дня во весь голос заявить о себе в масштабах мировой коммуникативистики.

## ЛИТЕРАТУРА

Дьякова Е., Трахтенберг А. Социокультурные механизмы установления повестки дня // Научн. ежегодник ИФ и П. Ур. отд. РАН. 2001. №2. С. 166–191.

Althaus S. L., Tewksbury D. Agenda setting and the “new” news – Patterns of issue importance among readers of the paper and online versions of the New York Times // *Communication Research*. 2002. Vol. 29. P. 180–207.

Butler B.-A. Information subsidies, journalism routines and the Australian media: Market liberalization versus marketplace of ideas // *Prometheus*. 1998. Vol. 16. P. 27–45.

Roberts M., McCombs M. Agenda setting and political advertising: Origins of the news agenda // *Political Communication*. 1994. Vol. 11. P. 249–262.

Schoenbach K., de Waal E., Lauf E. Research note: Online and print newspapers – Their impact on the extent of the perceived public agenda // *European J. of Communication*. 2005. Vol. 20. P. 245–258.

Sheafer T. How to evaluate it: The role of story-evaluative tone in agenda setting and priming // *J. of Communication*. 2007. Vol. 57. P. 21–39.

Sheafer T., Weimann G. Agenda building, agenda setting, priming, individual voting intentions, and the aggregate results: An analysis of four Israeli elections // *J. of Communication*. 2005. Vol. 55. P. 347–365.

Walgrave S., Van Aelst P. The contingency of the mass media’s political agenda setting power: Toward a preliminary theory // *J. of Communication*. 2006. Vol. 56. P. 88–109.

Wanta W., Golan G., Lee C. Agenda setting and international news: Media influence on public perceptions of foreign nations // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2004. Vol. 81. P. 364–377.

### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Казаков Александр Александрович*

*Место работы и должность: Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского, кандидат политических наук, доцент кафедры политических наук*

*E-mail: aldr.kazakov@gmail.com*

**О. С. Камышева**

Шадринск (Россия)

**КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА**

**«ВОЙНА – МУЗЫКАЛЬНОЕ ИСКУССТВО»**

**В СТИХОТВОРЕНИИ Г. У. ЛОНГФЕЛЛО**

**«АРСЕНАЛЫ В СПРИНГФИЛДЕ»**

Данная статья написана в русле когнитивной лингвистике. В частности, методологической основой послужила теория кон-

цептуальной метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона и теория метафорического моделирования (А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов, И. М. Кобозева, Е. С. Кубрякова, А. П. Чудинов и др.), предполагающая детальное описание метафорических моделей, их фреймов и слотов. В качестве материала исследования используется стихотворение американского поэта XIX века Г.У. Лонгфелло «Арсеналы в Спрингфилде». В нем поэт под впечатлением огромных arsenалов оружия размышляет о войне и мире. Данное поэтическое произведение отличается антивоенной направленностью и, несмотря на то, что написано более века назад, актуально для современного мира.

В британской и американской художественной литературе метафорическая модель «Война – музыкальное искусство» встречается довольно редко. Возможно, это обусловлено отдаленностью ментальных сфер политики и искусства. На первый взгляд, между понятиями «война» и «музыка» действительно мало общего. Рассмотрим их определения. Война – это «конфликт между политическими образованиями — государствами, племенами, политическими группировками и т. д., — происходящий в форме вооружённого противоборства, военных (боевых) действий между их вооружёнными силами» [Война: [http](#)]. Музыка рассматривается как «искусство, средством воплощения художественных образов для которого являются звук и тишина, особым образом организованные во времени» [Музыка: [http](#)]. Однако у этих ментальных сфер есть одно сходство – война и музыка создаются исключительно человеком. Данное сходство подметил Г.У. Лонгфелло, и отразил его в развернутых метафорических моделях своего поэтического произведения «Арсеналы в Спрингфилде».

Анализ стихотворения Г.У. Лонгфелло позволил выделить основную метафорическую модель «Война – это музыкальное искусство». В рамках этой модели можно выделить несколько основных сфер-источников: «Музыкальный инструмент», «Игра на музыкальных инструментах», «Звучание музыки» и «Музыкант».

Рассмотрим детально каждую из представленных сфер-источников.

#### 1. Сфера-источник «Музыкальный инструмент»

В метафорической картине мира Г.У. Лонгфелло война – это самый большой и мощный по звучанию музыкальный инструмент, орган. Данная метафора наиболее точно передает масштабы и силу войны. Ср.:

*The blast of War's great organ shakes the skies...*

Поэт акцентирует внимание читателя на таких важных деталях органа как трубы и клавиши.

#### 1.1. Слот «Трубы»

Многочисленные трубы органа – это арсенал оружия, которое может выстрелить в любой момент. Ср.:

*This is the Arsenal. From floor to ceiling, / Like a huge organ, rise the burnished arms; / But from their silent pipes no anthem pealing / Startles the villages with strange alarms.*

#### 1.2. Слот «Клавиши»

Клавиши «войны» нажимает потусторонняя сила – ангел смерти. Следует отметить, что Г.У. Лонгфелло не описывает процесс игры на органе. Ангел смерти не играет, а как будто случайно касается клавиш. При этом начинает звучать сложная симфоническая музыка. Ср.:

*Ah! what a sound will rise, how wild and dreary, / When the death-angel touches those swift keys / What loud lament and dismal Miserere / Will mingle with their awful symphonies...*

Таким образом, источником войны являются силы извне.

#### 2. Сфера-источник «Игра на музыкальных инструментах»

Для звучания «симфонической музыки» войны, в исполнении ангела смерти, не достаточно органа. К этому процессу присоединяются различные страны и народы, которые ведут междоусобицы. Они «усиливают» звучание ужасной симфонии, играя на ударных инструментах. Вероятно, употребление подобных метафор связано с тем, что с древних времен игра на ударных инструментах (колоколе, гонге, барабане) возвещала людей о важных, чаще всего, страшных событиях, вызывая ощущение тревоги и приближения опасности.

#### 2.1. Слот «Удары в гонг»

Нашествие татар вызывает ассоциации с ударами гонга. Ср.:

*And loud, amid the universal clamor, / O'er distant deserts sounds the Tartar gong.*

#### 2.2. Слот «Раскачивание колокола»

Метафорический колокол войны раскачивает Флоренция. Ср.:

*I hear the Florentine, who from his palace / Wheels out his battle-bell with dreadful din...*

#### 2.2. Слот «Удары в барабаны»

Ацтеки яростно бьют в барабаны. Ср.:

*And Aztec priests upon their teocallis / Beat the wild war-  
drums made of serpent's skin...*

Таким образом, люди целыми нациями подхватывают дьявольскую музыку войны.

### 3. Сфера-источник «Звучание музыки»

Звукам войны присущи музыкальные характеристики высоты и гармонии.

#### 3.1. Слот «Высота»

Г.У. Лонгфелло использует музыкальный термин «диапазон», чтобы описать различную высоту звуков оружейных выстрелов. Ср.:

*The bursting shell, the gateway wrenched asunder, / The rattling musketry, the clashing blade; / And ever and anon, in tones of thunder, / The diapason of the cannonade.*

#### 3.2. Слот «Гармония»

«Мелодия» войны звучит нестройно, вызывая диссонанс с божественными гармоничными звуками природы. Ср.:

*Is it, O man, with such discordant noises, / With such accursed instruments as these, Thou drownest Nature's sweet and kindly voices, / And jarrest the celestial harmonies?*

Таким образом, война обладает мощной силой, но противоречит человеческой природе.

### 4. Сфера-источник «Исполнитель»

Дьявольская музыка войны исполняется инструменталистами и сопровождается свирепым хором.

#### 4.1. «Инструменталист»

Как было упомянуто выше, музыку войны создает ангел смерти, который метафорически касается клавиш органа. Страны подыгрывают звукам органа на ударных инструментах.

#### 4.2. «Вокалист»

В метафорической картине мира Г.У. Лонгфелло вокалистами становятся жертвы войны, страдающие от горя и боли. Ср.:

*I hear even now the infinite fierce chorus, / The cries of agony, the endless groan, / Which, through the ages that have gone before us, / In long reverberations reach our own.*

Таким образом, люди создают войну и сами же становятся ее жертвами.

В конце стихотворения метафоры войны неожиданно сменяются метафорами мира. Поэт выступает в роли пророка, предсказывая будущее человечества. По мнению Г.У. Лонгфелло,

страшную симфонию войны постепенно заглушит благодатный колокольный звон и голос Христа. Наступит долгожданный мир и начнет звучать мелодия святой любви людей друг к другу. Ср.:

*Down the dark future, through long generations, / The echoing sounds grow fainter and then cease; / And like a bell, with solemn, sweet vibrations, / I hear once more the voice of Christ say, "Peace!" // Peace! and no longer from its brazen portals / The blast of War's great organ shakes the skies! / But beautiful as songs of the immortals, / The holy melodies of love arise.*

Итак, в поэтической картине мира Г.У. Лонгфелло политические проблемы кроются в вечной борьбе потустороннего мира: добра и зла. Люди являются лишь марионетками в этой игре и не способны изменить ситуацию, несмотря на то, что страдают от нее. По этой причине войны ведутся непрерывно на протяжении всей истории человечества. Война бессмысленна и противоречит законам гармонии всего живого. Тем не менее, по мнению поэта, люди не смогут самостоятельно обрести мир. Гармония в человеческом обществе наступит тогда, когда у руля правления миром станет Иисус Христос.

#### ЛИТЕРАТУРА

Война. URL: <http://ru.wikipedia.org>.

Музыка. URL: <http://ru.wikipedia.org>.

Longfellow H. W. The Song of Hiawatha and Other Poems / H. W. Longfellow. – USA: The Reader's Digest Association, 1989. 350 p.

#### СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

ФИО: Камышева Ольга Сергеевна

Место работы и должность: Шадринский государственный педагогический институт, кандидат филологических наук, доцент

E-mail: [tatyanam@shadrinsk.net](mailto:tatyanam@shadrinsk.net)

### А. А. Карпова

Екатеринбург (Россия)

### «ЦАРЬ» И «КОРОЛЬ» В МЕТАФОРАХ ВЛАСТИ (на материале русского, английского и французского языков)

В системе наименований лиц по статусному признаку особую семантическую группу составляют титулы, такие как бей, бек, дож, калиф, король, магараджа, набоб, падишах, султан,

*халиф, хан, шах, шахиншах, шейх, эмир*, и наименования правителей, являющихся главами государств: *царь, государь, император, монарх, самодержец*. Коннотации и ассоциативный фон этих лексических единиц обусловлен тем, что правитель оценивается как воплощение власти. Он имеет право и возможность подчинять себе, своей воле других, имеет право говорить, что другие должны делать, и может наказывать их в случае отказа подчиниться (*Воля царя – закон; Без Бога свет не стоит – без царя земля не правится*).

В русской языковой картине мире, основанной на православных представлениях о царе как отце нации и народа (*царь-батюшка, царь-государь, государь-батюшка*), а также том, кто выполняет волю Бога, в ком проявляется божественное начало власти (*Воля божья, а суд царев; Все во власти божией да государевой; На всё святая воля царская; Вся власть от Бога; Одному Богу государь ответ держит*), правитель воспринимается как *наместник Бога на земле, помазанник божий*. В русском языке метафорически правитель может обозначаться как голова (*Народ – тело, царь – голова*). Государственная власть ассоциируется с тяжелой ношей, которую взваливает на себя человек (*Тяжела ты, шапка Мономаха*).

Следует отметить, что при отсутствии самой реалии «король» в русской культуре слово «король» приобретает в русском языке метафорические значения, обозначая того, кто выделяется среди других высоким профессионализмом или необыкновенными способностями в каком-либо деле, лучшего среди подобных (*нефтяной король, король эстрады* и др.). Аналогичное переносное значение получает в русском языке слово «королева» (*королева спорта, королева красоты*). Нетрудно заметить, что при наличии сходства переносные значения слов «король» и «царь» в русском языке не совпадают и в устойчивых контекстах эти слова не являются взаимозаменяемыми (*королева красоты, но не царица красоты*).

В русском языке сравнение «как король» может использоваться для характеристики человека, имеющего власть и право распоряжаться другими; властолюбивого и честолюбивого человека; человека, любящего командовать, распоряжаться другими без достаточных на то оснований и прав [Мокиенко 2003]. В первом случае основанием сравнения является статус, во втором – характер, в третьем – манера поведения. Сравнение «жить как

король» имеет пометы *Одобр.* или *Шутл.*, характеризует чью-либо богатую, пышную, привольную и беззаботную жизнь.

В английской и французской языковых картинах мира богатый ассоциативный фон характерен для номинации «король». Словарь устойчивых сравнений французского языка приводит три сравнения с королем [Назарян 2002]. Первое – *beau comme un roi* (букв. красивый как король) – основано на приятной внешности королевских особ. Сравнение *heureux comme un roi* (букв. счастливый как король) означает бесконечно счастливого человека и основывается на беззаботном образе жизни человека. Третье сравнение – *s’amuser comme un roi* (букв. веселиться как король) характеризует бесконечно веселящегося человека. Очевидно, короли во французском языковом сознании характеризуются исключительно с положительной стороны, их жизнь полна счастья и веселья.

Толковый словарь английского языка *Macmillan English Dictionary for Advanced Learners* фиксирует сравнение *to live like a king* (букв. жить как король), которое означает комфортную жизнь с гораздо большим количеством денег, чем требуется [Macmillan 2006]. В современной Великобритании королевская семья остается символом единства и стабильности страны, а сохранение монархии – это неотъемлемая часть культуры. Королева выполняет представительские функции, ее власть ограничена различными правилами и законами, поэтому она не может править страной так, как правили русские цари. Тем не менее, британцы не мыслят своей жизни без монарха и активно интересуются жизнью королевской семьи.

Образ короля многогранен и неоднозначно воспринимается носителями русского языкового сознания. Король воспринимается как имеющий власть и право распоряжаться, живущий богато и беззаботно и пользующийся заслуженным уважением окружающих с одной стороны и как надменный, властолюбивый, честолюбивый, праздный и даже бездарный с другой. Французы наделяют королей такими чертами, как красота, веселье и счастье, англичане ассоциируют королей с комфортом и большим количеством денег. Таким образом, все культуры отмечают беззаботный характер существования королевских особ, но в русской культуре закреплены и некоторые отрицательные черты.

Сравнение с королевой («как королева») имеет в русском языке как положительные (на что указывает помета *Одобр.*), так

и отрицательные (помета *Неодобр.*) коннотации. В первом случае сравнение характеризует величественную, статную женщину с прямой и гордой осанкой, во втором – надменную, самодовольную, напыщенно чванливую женщину. Сравнение «*красива как королева*» основано на приятной внешности и манере поведения и применяется для описания величественно красивой, импозантной женщины.

Во французском языке есть сравнение с королевой, основанное на внешности (*belle comme une reine* – букв. красивая как королева); оно совпадает по коннотации и семантике с русским сравнением «*красива как королева*». Сравнение *heureuse comme un reine* (букв. веселая как королева) характеризует образ жизни властных особ.

В целом королева воспринимается в русском языковом сознании неоднозначно – с одной стороны, это особа величественная, статная, красивая, импозантная, богато одетая и плавно вышагивающая, с другой – надменная, самодовольная, напыщенная, чванливая женщина, манера поведения которой соответствует ее характеру. Французское языковое сознание описывает королеву как красивую женщину, которая любит веселиться и получать удовольствие от жизни. Стоит отметить, что данные языковые сознания выделяют общую характеристику королев – красоту.

Сравнение с царицей («*как царица*») может иметь положительную (помета *Одобр.*) или отрицательную (помета *Неодобр.*) коннотацию. В первом случае сравнение означает величавую, великодушную, широкую и щедрую женщину, во втором – властную, деспотичную, самоуверенную женщину. Царица наделена такими чертами, как величавость, великодушие, богатство с одной стороны и самоуверенность, властность, деспотичность с другой.

Сравнение «*(вести себя) как царь*» описывает чье-либо властное, самоуверенное поведение. Царь ассоциируется у носителей русского языкового сознания с такими чертами, как величавость, торжественность, великодушие, богатство с одной стороны и властность, деспотичность с другой. Кроме того, жизнь при царе сложна, полна материальных и моральных лишений. Иногда правитель становится объектом критики, оценивается как узурпатор, деспот, тиран. Он готов на все, чтобы завоевать, захватить власть, он недоступен для простых людей, народа. Ему приписыва-

ваются такие негативные качества, как жестокость, деспотизм, гордыня, высокомерие и т.п. В отличие от царя образ короля и в русской, и в английской, и во французской языковых традициях окружен романтическим ореолом: с ним связаны ассоциации красоты, беззаботной и богатой жизни, получения удовольствий. Таким образом, «король» и «царь» в устойчивых сравнениях и метафорах приобретают значения, семантически далёкие от присутствующих им значений правителей. В большей степени это касается английского и французского языков, в которых полнота власти короля и королевы метафорически проецируется как полнота и радость жизни человека, наделенного властью. В русской языковой традиции власть предполагает ответственность и воспринимается как тяжелая ноша, в результате слова «царь» и «король» в метафорах и устойчивых сравнениях сохраняют семантическую связь с подчинением и управлением.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Мокиенко В. М. Словарь сравнений русского языка. – СПб.: «Норинт», 2003. 608 с.

Назарян А. Г. Словарь устойчивых сравнений французского языка. – М.: Изд-во РУДН, 2002. 334 с.

Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. / UK: Macmillan Publishers Limited, 2006. 1692 с.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Карпова Александра Андреевна*

*Место работы и должность: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, преподаватель кафедры иностранных языков Института естественных наук*

*E-mail: Sandra\_t@mail.ru*

**А. А. Каслова, Р. Ю. Шебалов**

Екатеринбург (Россия)

### **МЕТАФОРИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА САРЫ ПЕЙЛИН В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ США**

Специфика современных политических кампаний, а также развитие и усиление роли СМИ влияют на особенности представления и создание образа политического деятеля. Нарастание тенденции к стиранию границы между программой новостей и развлекательным шоу привело к популяризации политики, к рас-

пространению, так называемой «символической политики» или «политики театра» (К.С. Гаджиев), которая базируется на политических имиджах, целенаправленно созданных в соответствии с превалирующими в общественном сознании установками.

Исследование способов метафорического конструирования имиджа Сары Пейлин, бывшего губернатора штата Аляска, выдвинутой в 2008 г. в качестве кандидата на пост вице-президента от Республиканской партии, определило тяготение СМИ США к использованию метафор, относящихся к сфере «Театр/шоу». На фоне разнообразных метафорических единиц выделяется своей частотностью и вариативной сочетаемостью словоупотребление *spotlight* – *осветительный прожектор (обычно в театре)*, *луч (осветительного прожектора)*, *всеобщее внимание*. Ср.:

*She's more than happy to stay in the spotlight... (Meghan McCain). ... say she's just grabbing the spotlight to burnish her celebrity brand. Reporters are sure to sweat as they scramble to follow the oddly elusive, spotlight-loving non-candidate (Shushannah Walshe).*

Авторы статей последовательно и развернуто рисуют образ человека, который не просто любит быть в центре внимания, но и сознательно работает над поддержанием такой репутации. Однако следует признать, что PR-кампании Сары Пейлин не воспринимаются как серьезные, планомерные шаги по созданию политического имиджа, способного в будущем положительно воздействовать на ее реноме. Пресса акцентирует внимание на том, что «звездный» статус политика проявляется в гипертрофированной форме, а ее попытки быть в центре внимания неизменно представляются как события, скорее, светской хроники, жизни звезд Голливуда, чем мира политики. В связи с чем нельзя не отметить коннотации не-серьезности, игры, двуличия, амбициозности и чрезмерного позерства, реализующиеся в подобных контекстах.

Звездный имидж Сары Пейлин создается посредством наименований *her celebrity brand, reality-TV star*, номинирующих непосредственно политика, а также репрезентации ее деятельности через словоупотребления, относящиеся к исходной понятийной сфере «театр/шоу», следующим образом: *made-for-media spectacle, reality-star summit, dance, road show*. Уничтожительность действий акцентируется посредством манифестаций из других сфер, например, гастрономической – *pizza summit*.

Актуализация сем «шоу, театрализации, блеска, лоска, карнавальности» имплицитно выражается при рассмотрении более широких контекстов, в которых описывается деятельность Сары Пейлин. Подобные коннотации усиливаются через семантику лексических единиц, относящихся к тематическому полю «Свет/огонь» в прямом значении (*to catch fire* – «вспыхнуть, загореться»; «воспылать»; *to beam* – «светить, сиять»; *to burnish* – «покрывать глянец, делать блестящим, блеснуть, сиять, сверкать»; *hot* – «горячий; жаркий»), а также вышеупомянутой номинации *spotlight*. Ср.:

*...Palin would quickly catch fire in the state if she entered the race, citing the grassroots support she already has. ...she's just grabbing the spotlight to burnish her celebrity brand (Shushannah Walshe, 2011). Palin is a remote presence, beaming in from the studio Ailes had built at her Alaska home when she wants to weigh in, which she sometimes signals with emails at odd hours. There was a sense of celebration in the air when Fox News struck a \$3 million deal with Sarah Palin, beating out a slew of networks, syndicators, and even Hollywood studios for the services of the hottest phenomenon on the political landscape (Howard Kurtz).*

На фоне вышеописанных лингвистических (метафорических) особенностей портрета экс-губернатора Аляски нельзя не привести еще несколько примеров, дополняющих шлейф негативных ассоциаций, выявленных нами ранее, а также гармонично вплетающихся в образ и, опять же, выставляющих политика не в лучшем свете. Данные лексические единицы коррелируют с метафорикой «Театра/шоу», напрямую выражая смыслы, имплицитно заключенные в театральных метафорах. Ср.:

*But it's clear that Tuesday's reality-star summit will go down as one of the more surreal moments of 2012 presidential politics (Shushannah Walshe). "Her real constituency is the media," says former John McCain adviser Mike Murphy (Howard Kurtz).*

Театральная метафорика в выявленных нами примерах богата по своему прагматическому потенциалу. Многоаспектность импликаций, посредством которых политик сравнивается со звездами шоу-бизнеса, выставляющими жизнь и деятельность напоказ, также выражается через словоупотребления других источниковых сфер.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ**

*ФИО: Каслова Анастасия Александровна*

*Место работы и должность: Уральский гуманитарный институт,  
кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода  
e-mail: nastyacastle@rambler.ru*

*ФИО: Шебалов Роман Юрьевич*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры общего языкознания и русского языка*

*E-mail: shebalov@rambler.ru*

**А. В. Кассихина**

Хельсинки (Финляндия)

**РУССКИЕ СМИ О ЮВЕНАЛЬНОЙ ЮСТИЦИИ  
В ФИНЛЯНДИИ: МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ДИСКУРС  
КАК ОБЪЕКТ ИЗУЧЕНИЯ  
В РАМКАХ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО СИНТАКСИСА  
(НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ)**

Манипуляция как лингвистическое явление изучается относительно недавно. Оно привлекло внимание языковедов в связи с тем, что средства массовой информации и политики формируют общественное мнение с помощью определённых приёмов, тактик и стратегий. К тому же манипуляция играет не последнюю роль в межличностной коммуникации, порой заставляя нас менять не только свои намерения, но и совершать поступки, которые, казалось бы, противоречат нашим установкам.

Это лишь общие положения, находящиеся на поверхности, которые составляют актуальность исследования данной темы. Несмотря на то, что существуют специальные работы, рассматривающие манипуляцию с лингвистических позиций, они немногочисленны и обычно характеризуют только определённый временной срез или определённую тему. Особенностью же манипуляции нам представляется её гибкость, изменчивость и способность к адаптации к определённой ситуации в мире, что позволяет манипуляторам создавать и успешно использовать новые приёмы, тактики и стратегии. Стоит также отметить, что знание о манипуляции в лингвистическом аспекте не систематизировано, а за основу описаний берутся различные параметры,

поэтому не существует единой формальной теории или классификации манипуляции.

Не следует забывать и о том, что манипуляция является мощным оружием информационно-психологической войны, способным нанести вред манипулируемым, а подчас и самим манипуляторам. В связи со сферой применения манипуляции, в основном, она рассматривалась как психологическое и политологическое понятие. Однако лингвистика видится как одна из научных парадигм, способных раскрыть новые стороны этого явления.

Наиболее подробными работами по лингвистической манипуляции являются работы «Манипулирование словом в средствах массовой информации» А. А. Даниловой и «Речевое манипулирование» Г. А. Копниной. Данилова рассматривает манипуляцию на всех уровнях языка, начиная уровнем слова и заканчивая уровнем предложения и текста. Автор представляет референцию и композицию как две фундаментальные основы языкового воздействия [Данилова 2009: 43]. Однако манипуляция не ограничивается только ими, так как существуют и другие немаловажные лингвистические факторы, которые необходимо учитывать при манипуляции массовым сознанием.

Копнина рассматривает манипулятивные приёмы с точки зрения риторики, при этом отмечая, что риторический приём становится манипулятивным только в том случае, если он используется в этой функции автором высказывания в определённой ситуации, т.е. риторический приём в данном случае является прагматически обусловленным отклонением от нормы [Копнина 2007: 65]. Отсюда следует, что ситуативность играет главную роль в изучении манипуляции. На наш взгляд, для того, чтобы уяснить манипулятивность риторических приёмов в этом аспекте, при изучении манипуляции следует подключить стилистику.

Данные работы показывают, что на сегодняшний день важной представляется разработка нового подхода к манипулятивному воздействию с лингвистических позиций. В первую очередь, следует говорить о манипулятивном потенциале тех или иных языковых средств ввиду того, что письменный или устный текст есть продукт воплощения смысла автором, который проходит через процесс интерпретационной деятельности адресата, поэтому является трудным предсказать, насколько эффективной будет манипуляция по отношению к тому или иному адресату. К тому же не всегда ясна конкретная авторская интен-

ция. Исходя из этого, следует сосредоточиться на том, что является потенциально манипулятивным в тексте автора.

Для достижения этой цели нам видится целесообразным решение об описании манипуляции при помощи подхода «от значения к форме» [Мустайоки 2010: 11], что вполне логично, учитывая то, что мы «чувствуем» манипулятивность на уровне семантики слова, предложения и текста, а не «видим» её на уровне формы.

Данные предпосылки формируют цель нашего исследования – описание языковых средств, используемых с целью манипуляции при помощи теории функционального синтаксиса. Данный подход был выбран ввиду того, что он позволяет описать всевозможные языковые средства выражения определённого значения и различия между этими средствами, а также отразить несоответствия семантических и поверхностных структур при лингвистическом манипулировании.

Методика исследования предполагает отбор предложений и текстов, обладающих манипулятивным потенциалом и их анализ с позиций данной теории. Предметом исследования является лингвистическая манипуляция в дискурсе СМИ, тематика которого ограничена «детскими скандалами» за рубежом, связанными с русскими матерями.

В данном исследовании дискурс понимается как совокупность текстов, объединённых общей тематикой [Чернявская 2009: 144]. Следовательно, при рассмотрении дискурса наше внимание обращается также на интертекстуальные связи и на элементы, являющиеся общими для него.

Материалом исследования являются электронные версии статей газет «Аргументы и Факты», «Московский комсомолец», «Российская газета», «Комсомольская правда», Интернет-статьи сайтов mail.ru, lenta.ru. и russian.rt.com, а также новости и программы центральных телеканалов России, ориентированные на проблемы социальной защиты детей, имеющих русское гражданство, в Европе и в Финляндии, в частности.

По данным нашего исследования наиболее продуктивными группами средств, несущих манипулятивный потенциал, являются:

1) множественный семантический актант:

а) отражённый на поверхностном уровне в метонимии:

***Страна Суоми теперь занимается откровенной уголовщиной***

на официальном уровне («АИФ» от 23.01.2013). **Общественность Суоми** сочувствует бывшему супругу Риммы и с одобрением относится к похищению Антона финскими дипломатами в 2009 году («Российская Газета» от 11.01.2011). Семантическими актантами, которые имеют манипулятивный потенциал, являются «страна Суоми» как обозначение государственных структур Финляндии и «общественность Суоми» как обозначение людей, проживающих на территории Финляндии. В первом примере семантический предикат Социальной деятельности, выраженный конструкцией «заниматься+тв.п.+пр.п.», на поверхностном уровне включает в себя лексему с разговорным оттенком «уголовщина», которая имплицитно метафорическую модель «государство-преступность», характерную для российского медиадискурса, что формирует в сознании манипулируемого устойчивый отрицательный образ финских чиновников. Во втором примере автор подчёркивает, что проживающие в Финляндии одобряют похищение маленького ребёнка, что выражается структурой «с одобрением», которая относится к спецификатору образа и способа действия;

б) находящийся в структурах, содержащих Авторизацию: **Обозреватели** отмечают, что в скандинавских странах ювенальные службы ведут настоящую охоту за семьями иммигрантов из России («АИФ» от 25.10.2012). **Источники «РГ»**, знакомые с делом Салонен, считают, что Римма угодила в своеобразную ловушку, и ее могли заманить в Финляндию обманным путем, предварительно открыв дело о «незаконном вывозе» Антона в Россию из финского города Сторми в марте 2008 года («Российская Газета» от 02.08.2009). В обоих примерах автор использует множественный семантический актант, без указания собственных имён на поверхностном уровне. Таким образом, невозможно отследить, кем же являются данные обозреватели. Однако плюральность актанта делает высказывание более весомым, так как общее мнение нескольких людей кажется читателю более правдоподобным, чем мнение одного человека. Оба предложения представляют собой типичные примеры Авторизации, так как на семантическом уровне проявляется метаглагол «СЧИТАТЬ». Данный манипулятивный приём в лингвистической литературе называется введением неназванного эксперта [Данилова 2009: 127-130];

в) выраженный в обобщении: «Понаехали тут», – часто жалуются **финны** («Российская Газета» от 16.09.2009). То, что **финские официальные представители** в своих действиях не брезгают самой махровой уголовщиной, стало известно не сегодня («АИФ» от 23.01.2013). Данные примеры имеют в себе обобщение, так как автор использует множественные актанты «финны» и «финские официальные представители». Использование множественного актанта в первом примере подразумевает то, что это мнение является общим для финских граждан, а во втором – что все финские чиновники действуют вне рамок закона;

2) в рамках нескольких предложений – один и тот же семантический предикат, выражаемый на поверхностном уровне синтаксическими предикатами, имеющими различные коннотации, начиная нейтральными и заканчивая негативными, может приобретать манипулятивный потенциал. Сравните: Как сообщил известный финский правозащитник Йохан Бекман, на сей раз финские органы опеки **отобрали** детей у россиянки Светланы Карелиной («АИФ» от 23.01.2013). Во вторник 2 октября должна состояться встреча российских дипломатов с соцработниками Финляндии — по делу россиянки Анастасии Завгородней, у которой финские соцслужбы **забрали** четырех детей («Московский Комсомолец» от 01.10.2012). Социальные службы Финляндии **отняли** у россиянки Анастасии Завгородней четырех детей, в том числе новорожденного («АИФ» от 29.09.2012). 7 сентября из семьи **изъяли** шестилетнюю дочку и двухлетних двойняшек, а беременную Анастасию арестовали («АИФ» от 29.09.2012). Российская мать **лишилась** своих двойняшек – Артема и Сони («АИФ» от 23.01.2012). Женщину вторично насильно **разлучили** с ее четырьмя детьми, включая грудного младенца, — якобы по сомнительному обвинению в ненадлежащем исполнении родительских обязанностей со стороны «бдительных финских граждан» («Московский Комсомолец» от 17.11.2012). Видимо, криминальный «героизм» дипломата вдохновил на подвиги и других облеченных властью финнов, которые ныне **украли** у матери Артема и Соню Карелиных («АИФ» от 23.01.2013). В статьях, посвящённых данной теме, журналисты используют различные языковые средства для обозначения фактов изъятия детей у матерей. Эти средства представляют собой как юриди-

ческие формально принятые термины, так и эмоционально окрашенные лексемы, что отражается в отборе глаголов с семантикой изменения и прекращения обладания. «Изъять» является стандартизованным глаголом для обозначения такого типа действий. При этом авторы также используют такие глаголы, как «забрать», «отобрать», «отнять», «лишиться», «разлучиться», «украсть». «Отобрать» и «отнять» ввиду семантики префикса «от-» предполагают значение удаления, устранения или разъединения кого-либо с кем-либо, что несёт бóльшую эмоциональную окрашенность, чем глагол «забрать», который наименее эмоционально окрашен. Глаголы «лишиться» и «разлучиться» являются частью конструкции, которые акцентируют внимание на семантическом объекте и его состоянии, вместо поддачи информации о семантическом субъекте. В последнем примере сочетание актанта с погружением, представленного оксюморонам «криминальный героизм», и предиката интеллектуальной деятельности «вдохновить» в главном предложении несёт в себе значение манипулятивности. В придаточном предложении глагол «украли», являющийся на семантическом уровне предикатом, каузирующим необладание, даёт реципиенту понимание того, что действия, производимые «облечённых властью финнов» не могут квалифицироваться как законные.

Средства массовой информации имеют огромный арсенал манипулятивных приёмов, который увеличивается быстрыми темпами. Данная работа рассматривает манипулятивные приёмы, базирующиеся на использовании основных элементов семантических структур, то есть актанта и предиката. Однако манипуляция строится зачастую на их сочетании с дополнительными элементами, например, в случае сочетания множественного актанта и модификатора Авторизации. Наше исследование движется в направлении изучения и классификации данных сочетаний в рамках теории функционального синтаксиса и существующих теорий манипуляции.

#### ЛИТЕРАТУРА

Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: Добросвет, КДУ, 2009. 234 с.

Копнина Г. А. Речевое манипулирование : учеб. пособие. М.: Флинта, 2007. 176 с.

Мустайоки А. Теория функционального синтаксиса: от семантических структур к языковым средствам. М.: Языки славянской культуры 2010. 512 с.

Чернявская В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Учебное пособие. М.: ЛИБРОКОМ, 2009. 248 с.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Кассихина Анна Владимировна*

*Место работы и должность: Хельсинкский университет, аспирант кафедры современных языков*

*E-mail: anna.kassikhina@helsinki.fi*

**Р. Д. Керимов**

Кемерово (Россия)

**НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ВЕРБАЛИЗАЦИИ  
КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ  
В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ  
(НА ПРИМЕРЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)**

В настоящее время в политической лингвистике представлен широкий спектр проблем и вопросов, изучение которых осуществляется в рамках разных подходов и на материале различных лингвокультур. Одно из центральных мест в подобных исследованиях занимают метафорологические изыскания с когнитивной точки зрения, когда метафора выступает как гносеологический механизм описания и структурирования социальной реальности в данной политической культуре, а также при сопоставлении нескольких лингвокультур.

При этом метафора выполняет в языке политики много важных функций: когнитивную моделирующую, номинативную, изобразительную, коммуникативную, оценочную, манипулятивную, агитационную и др., которые тесно связаны друг с другом, а та или иная функция выходит на первый план в зависимости от точки зрения рассмотрения феномена метафоры (например, концептуальной, коммуникативно-речевой, идеологической), посредством чего в полной мере проявляется разноплановость и многоаспектность данного явления.

Термином «концептуальная» метафора подчеркивается именно ее когнитивная природа как стандартного мыслительного механизма, состоящего в постоянном сопряжении двух различных понятийных сфер, когда явления или объекты одного рода уподобляются явлениям и объектам другого рода и получают их наименование на основе какого-либо реального или же

только виртуального сходства (при этом метафора может быть даже и средством первичной номинации для тех референтов, которые не имели в языке никакого наименования).

Таким образом, концептуальная метафора – это некая абстрактная (когнитивная) схема, которая эксплицируется в конкретном политическом языке (например, русском, английском, французском, немецком и т. д.) соответствующими лексемами-репрезентантами, т. е. метафорическими единицами, выражениями, конструкциями, контекстами и пр. [Чудинов 2001]. При этом термин «метафора» одновременно выражает оба основных понимания явления метафоры: это и абстрактная когнитивная сущность (концептуальная метафора) и каждая конкретная языковая единица (в соответствующем контексте своего употребления).

При анализе способов вербализации метафорических единиц в политическом тексте могут быть рассмотрены различные аспекты их семантики, морфосинтаксиса и прагматики: механизмы переноса наименования, семантические отношения, функциональные свойства (частотность, продуктивность и др. в синхронии и диахронии), и, собственно, языковые формы экспликации метафорических конструкций. Достаточно актуальным в этой связи представляются вопросы о том, что, через призму когнитивного подхода, является в языке метафорой, какие разновидности метафоры целесообразно выделять и каково место конкретных языковых единиц в когнитивной иерархии социально-политической метафорики. Данные вопросы являются ключевыми проблемами для процедур идентификации концептуальной метафоры, установления ее семантического объема, ее типологии и таксономии (в теоретических и в прикладных целях, например, для создания экземпликативного фонда, машинной базы данных, синхронного или диахронного корпуса и т. п.).

Наравне с различными трактовками метафоры как языкового явления в традиционных дисциплинах и в когнитивной семантике используются еще и неодинаковые термины: так, если в стилистике и лексикологии, помимо собственно термина «метафора», функционируют «метафорическое выражение» и «метафорический образ», то для когнитивной семантики характерны (при описании случаев языковой экспликации) «метафорическая единица» и «метафорическое словоупотребление». Следует особо подчеркнуть, что понятие «концептуальная метафора» не

равнозначно и не синонимично «метафорической единице», поскольку под последним имеется в виду конкретный языковой репрезентант, эксплицированный в некотором конкретном контексте или зафиксированный в словаре.

Таким образом, в когнитивной системе мышления манифестируются именно концептуальные метафоры (как метафорические модели они являются разновидностями когнитивных моделей), а конкретные метафорические единицы представляют собой «вербализованные» случаи использования лексем в переносном смысле (случаи метафорического словоупотребления). В политической метафорологии, как представляется, удачным синонимом термину «метафорическая единица» выступает «метафорический образ», где «образ» используется не в стилистическом или художественном понимании, а в широком лингвокультурном, когда метафора создает некоторое комплексное или стереотипное представление, некую палитру ассоциаций (включая, возможно, и оценочные), связанные с репрезентируемым объектом / субъектом соответствующей социально-политической картины мира.

В традиционных лингвистических дисциплинах (лексикология, стилистика) параметры классификации метафор в той или иной степени разработаны. Для лексикологии метафора является одним из семантических способов пополнения словарного состава языка, для стилистики – средством создания определенного образа (средством образности). В данных науках разработаны, по крайней мере, пять основных подходов к классификации метафор: лексико-семантическая, морфолого-синтаксическая, структурная классификации и классификации по степени образности и по тематической принадлежности.

Первая классификация принимает во внимание, что положено в семантический механизм переноса наименования, в связи с чем выделяют, соответственно, такие виды метафоры, как персонификация и ее подтип аллегория, символ, синестезия, антономазия и разные виды сходств: сходство по форме, сходство по функции, сходство по внутренней связи, сходство по расположению, сходство по действию [см.: Москвин 2006], а также особый подтип – оценочные метафоры [Телия 1988: 196-197]. Иногда (особенно – в работах русистов, англистов и романистов) персонификацию (олицетворение) и антономазия выделяют в самостоятельные тропы (наравне с метафорой).

Второй подход (морфолого-синтаксический) в свою очередь оперирует формальным грамматическим критерием (хотя и с учетом семантических аспектов соответствующих языковых единиц), когда устанавливаются морфемные и морфологические (на уровне слова) и синтаксические (на уровне словосочетания и предложения) границы метафоры. Так, в немецком языке самым минимальным вербальным знаком является компонент сложного слова (например, первый компонент композита: „die Kuh-handel“; второй (последний) компонент: „der Börsenhai“), когда минимальным контекстом метафоры выступает, собственно, сам данный композит, а переносный смысл возникает при семантическом столкновении значений обоих компонентов. Далее языковые формы актуализации метафоры представляют собой: односложное слово („der Apostel der Preisstabilität und der monetären Orthodoxie“), композитное слово („die Selbsterfleischung“), словосочетание (свободное: „braune Nischen (in der Bundeswehr)“; идиоматическое: „das rote Tuch (für j-n sein)“; фразеологическое: „in die schwarzen Zahlen kommen“), предложение (нефразеологического типа: „Die soziale Bombe tickt“; фразеологического типа (поговорка): „Die kleinen Diebe hängt man, die großen lässt man laufen“) и часть текста, ведущая к образованию так называемой «метафорической сетки», т. е. комплексному использованию метафор одной группы в отрывке текста, связанное с переосмыслением некоторого фрагмента актуальной действительности [Schippa 1994: 87].

В данном случае следует помнить, что метафоры, как правило, всегда дистрибутивно обусловлены, они возникают в определенном контексте (для компонента сложного слова – это всё сложное слово, для отдельного слова – словосочетание и/или предложение, для словосочетания (в зависимости от семантического вида) – рамки самого словосочетания или предложения, а для предложения – или отдельные слова-неметафоры (внутри предложения) или текстовый фрагмент экспликации). В определенной мере не зависят от контекста только фразеологизированные высказывания, поскольку они образны сами по себе, особенно если у них в семантической основе вообще не заложено прямое значение (то есть использование тех же компонентов как необразное слово или свободное словосочетание).

С учетом того, что в немецком языке очень продуктивным способом синтагматической экспликации и деривации является

словосложение, могут появляться метафорические дублеты (словосочетание и сложное слово), например: „schwarzer Handel“ и „der Schwarzhandel“, „schwarzer Markt“ и „der Schwarzmarkt“. У слов и словосочетаний также можно определить их частеречную принадлежность и выделить по грамматически ключевому слову субстантивные, вербальные, адвербиальные и адъективные метафоры. Преобладание метафор какой-то части речи позволяет говорить об именном или вербальном стиле речи, идиостиля, текста, что важно при стилистическом анализе, построении жанровой типологии.

Третья «традиционная», структурная классификация рассматривает процесс экспликации в метафорическом контексте как самого метафорического образа, так и того слова в прямом значении («опорного слова»), на которое проецируется метафора. В данном случае метафорический контекст воспринимается как бинарная структура, и если в нем присутствуют оба компонента, то тогда речь идет о двучленной метафоре (например: „Handel ist eine Pflanze, die wächst, wo Frieden ist...“, где реализуется метафора „Handel“ ← „Pflanze“); если в актуальном отрывке не назван переосмысляемый объект («опорное слово»), а представлен только сам образ, то реализуется одночленная метафора, что является наиболее частотным случаем метафорического словоупотребления (и почти всегда у вербальных и адъективных метафор).

Типология по степени образности стала возможной благодаря работам французского лингвиста Ш. Балли, выделившего в свое время три группы образов: «образ чувственный»; «ослабленный образ» и «мертвый образ» [см.: Балли 1961: 227-229]. При этом первых два образа («живых») он противопоставил третьему – «мертвому». В соответствии с данными видами образов различают следующие разновидности метафор: (1) «образные», «поэтические»; (2) «традиционные», «бледнеющие»; (3) «мертвые», «стертые», «бледные», «выцветшие», «окаменелые», «лексические» или «лексикализованные» метафоры. Образные и традиционные метафоры, служащие для создания специальных образных и чувственно переживаемых эффектов, изучает стилистика, мертвые метафоры входят в сферу интересов лексикологии как средство пополнения словарного состава языка и один из путей семантического развития значения и лексико-семантической деривации.

Наконец, тематизация метафорических наименований может строиться по двум критериям. Это связано с тем, что метафора является двупланной единицей, так как она обращена одновременно к двум типам значений: к прямому и к переносному смыслу, то есть она одновременно указывает на «основной и вспомогательный субъекты» [Москвин 2000: 66]. В. П. Москвин отмечает, что тематические группировки метафор можно строить, во-первых, «по тематической принадлежности вспомогательного субъекта», т. е. прямых значений слов; во-вторых, «группировка метафор по основному субъекту», т. е. по отношению к предмету, который служит целью метафорического переноса [Москвин 2000: 66-67].

При лингвокогнитивном подходе метафора понимается в самом широком смысле как любое не прямое употребление лексемы, которое проявляется в контекстах в различных морфологических и синтаксических границах. Все перечисленные выше семантические, морфолого-синтаксические и структурные виды метафор, образные, с поблекшей образностью и лексиколизованные, в когнитивной семантике не дифференцируются и признаются равнозначными (но не равноструктурными), поскольку все они передают заложенные в них вербализованные опыт и знания соответствующей лингвокультуры. С этой точки зрения лексиколизованные метафоры обладают даже большей ценностью, ибо они несут в себе уже сформированные и укорененные в семантике (иногда это прослеживается только в диахронии в рамках этимологического анализа) общекультурные образы и традиционные смыслы.

Подобный комплексный подход позволяет использовать при анализе политического языка весь комплекс лингвистических средств и методик, которые ранее были обособлены друг от друга. При этом в зависимости от специфики изучаемого материала представляется возможным задействовать в большей степени, например, методы лексико-семантического (компонентный, дистрибутивный, этимологический), грамматического и деривационного (трансформационный, морфологический), стилистического или прагматического анализа, а также элементы методов статистической, компьютерной обработки и др.

Следует заметить, что в современных лингвокогнитивных и политлингвистических исследованиях метафоры проявляется тенденция к тому, что порой недостаточно внимания уделяется исследованию именно языкового материала. Изучение когнитив-

ных механизмов в теории не может быть полновесным с лингвистической точки зрения без привлечения как фактов «живой» речи (устной и письменно зафиксированной), так и узуального пласта лексики, где уже укоренен опыт и знания соответствующего этноса. И только системное рассмотрение языковых знаков в контексте всех экстра- и интралингвистических факторов позволит детерминировать палитру их языкового и общекультурного значения. Вопрос о соотношении и степени влияния друг на друга когнитивной системы и языковых структур также требует дальнейшего серьезного изучения не только в рамках социальной субсистемы языка, но и в контексте всей лингвальной культуры в целом.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Балли Ш. Французская стилистика: Пер. с франц. яз. К. А. Долинина. М.: Изд-во иностр. лит-ры, 1961.

Москвин В. П. Русская метафора: Параметры классификации // Филологические науки. 2000. № 2. С. 66-74.

Москвин В. П. Русская метафора: Очерк семиотической теории: Монография. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЛЕНАНД, 2006.

Телия В. Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. М.: Наука, 1988.

Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000). Екатеринбург: УрГПУ, 2001.

Schippan Th. Viren, Ampeln und Altlasten. Zur Metaphorik in der deutschen Sprache der Gegenwart // Deutsch als Fremdsprache. 1994. Bd. 31. Heft 2. S. 86-91.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Керимов Руслан Джаваниширович*

*Место работы и должность: Кемеровский государственный университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкой филологии  
E-mail: kerimovrus@mail.ru*

**Р. Д. Керимов, Л. И. Федянина**

Кемерово (Россия)

#### **ИСТОЧНИКИ МЕТАФОРЫ**

#### **В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Политическая метафорология уже прочно закрепилась в современной лингвистике как одно из важнейших направлений исследований «социального» фрагмента языковой картины мира, на основе которого формируется так называемая социальная коммуникация, обслуживающая область общественно-

политических отношений в данном государстве. Социальная коммуникация представляет собой сегмент лингвальной культуры, включающий в себя как политический дискурс (понимаемый как совокупность политических текстов в их культурно-историческом контексте), так и социально детерминированный узуальный пласт лексики, а также общекультурные образы, которые могут актуализироваться в политическом нарративе.

Метафора реализует себя как двупланная сущность: с одной стороны – это когнитивный механизм концептуализации и категоризации объективной реальности, с другой – языковой процесс отражения результатов когнитивной деятельности человека в вербальных знаках, которые всегда национально специфичны и отражают особенности понимания мира данным узуом. При репрезентации социальной реальности метафора не только и не столько описывает политические объекты, субъекты, действия, процессы и реляции, но и сама формирует эту реальность, «достраивает» ее, переконцептуализирует, выступая, таким образом, как мощное вербальное средство пропаганды и манипуляции массовым сознанием.

Изучение лингвокогнитивного феномена метафоры, ее роли и функций в современной социальной, в том числе немецкоязычной, коммуникации, представляет огромный интерес во многих аспектах и требует разрешения определенных не только теоретических, но и чисто практических языковедческих вопросов и проблем, которые возникают при комплексном и целостном (с использованием методологии разных дисциплин) лингвокогнитивном изучении социальной коммуникации. Одним из таких пунктов является установление языковых источников появления и развития метафорического образа при его экспликации в политдискусе.

При самом широком подходе когнитивная семантика признает метафорой любое не прямое употребление лексических единиц, в том числе метонимию (концептуальная метонимия) и другие тропы, образное сравнение, образный парафраз, игру слов, гиперболу и литоту, идиомы, все виды фразеологизмов, а также паремиологический фонд языка (половицы, поговорки, лозунги, слоганы, крылатые слова, цитаты и пр.) и интертекстуальные аллюзии. В социально-политической метафорологии в полной мере рассматриваются все эти виды метафорических наименований, которые в той или иной степени актуализируют и

концептуализируют всё многообразие социальных объектов и субъектов в современном мире.

Языковой основой политической метафорики служит узальный пласт социально маркированной лексики, к которому относятся, собственно, переносные лексические значения слов (в синхронии или в диахронии при условии «активации» буквального значения в контексте употребления современного политдискурса), идиомы и фразеологизмы (разных структурных и семантических видов) и также различные паремиологические единицы, объективирующиеся в политическом дискурсе.

Как показывает практика, одно многозначное слово имеет, как правило, только одну (социально маркированную) метафорическую лексему, в единичных случаях – две, в одном-единственном случае были зафиксированы три переносных значения (у глагола „schwarzfahren“). Принципиальным в данном случае также является проблема выделения переносного смысла у однозначных слов, т. е. может ли быть единственная лексема метафоричной. В принципе моносемное слово может быть признано метафорой, если данное значение (и само слово) является дериватом от переносного значения другого слова, когда в этом новом слове «отпечатывается» только вторичное значение этимона и уже нет первичного. Такие случаи были зафиксированы несколько раз в исследуемом немецкоязычном корпусе, причем все они сопряжены с двумя видами конверсивной деривации: адъективацией («существительное → прилагательное») и вербализацией («существительное → глагол»), как, например, имя античного бога „Apoll(o(n))“ и производное от него прилагательное „apollinisch“.

Хотя в синхронии метафора в таких случаях уже и не «чувствуется», но в диахронии она всё равно таковой остается, в связи с чем она тоже относится к метафорической системе языка. Такой подход оправдан еще и в том ракурсе, что в словаре отмечены семантически непроизводные слова с метафорическим смыслом, причем у некоторых из них даже есть соответствующая стилистическая помета. Чаще всего это композиты, не имеющие буквального значения, как, например: „die Selbstzerfleischung“, „schwarzgehen“.

Фразеологизмы представляют собой в языке самую неоднородную группу лексических единиц, которые обобщенно называют устойчивыми выражениями. Для них характерны об-

разность, воспроизводимость, устойчивость, отдельнооформленность. В настоящее время в языкознании нет единой общепринятой трактовки данного явления, хотя и существует несколько подходов к классификации фразеологизмов. Так, наиболее известна типология, которую предложил академик В. В. Виноградов, выделивший в свое время следующие виды фразеологизмов: фразеологические сращения (идиомы), фразеологические единства, фразеологические сочетания (коллокации), фразеологические сочетания (поговорки, пословицы и пр. в форме предложений). Поскольку к сфере интересов когнитивной метафорологии относится всё, что имеет переносное значение, то для исследования истоков метафоризации такая общая классификация не совсем функциональна. К тому же, например, не все идиомы можно считать фразеологизмами по критерию образности, поскольку идиома как выражение, значение которого не равно сумме его компонентов, а является одной лексемой, грамматически выраженной несколькими (чаще – двумя) словами, может быть и не образной на уровне словаря (например, в рус. яз.: «железная дорога», «красная тряпка (тореадора)» – идиомы, но не фразеологизмы). Хотя в определенном контексте такая идиома вполне может стать метафорой (например, в выражении «быть красной тряпкой (для кого-либо)»).

Поскольку важным при анализе метафоры являются семантические процессы преобразования значения и связь их процессов с конкретной денотативной ситуацией, то, как представляется, фразеологические сочетания (по типологии В. В. Виноградова), где отношения между компонентами относительно связные, можно признать полуустойчивыми выражениями, потому что их компонентный состав может варьироваться. Фразеологические сращения и фразеологические единства будут являться полностью устойчивыми выражениями, так как их связывают синтаксически и семантически неделимые отношения. Обособленной группой, в свою очередь, выступают паремиологические единицы (в первую очередь – пословицы и поговорки), которые существуют и функционируют по своим особым принципам.

В поле зрения политлингвистики могут попасть только те паремии, которые эксплицируются в политдискурсе и служат источником метафорических образов и/или вовлечены в метафорический контекст (причем иногда в немецких политических речах встречаются и не-немецкие поговорки, а инокультурные), а также

самые наиболее актуальные и известные выражения, которые напрямую объективируют социальные отношения в обществе (прежде всего – торгово-денежно-экономические и профессиональные).

Помимо пословиц и поговорок к паремиологическому фонду относятся и другие развернутые высказывания: цитаты и крылатые слова, лозунги, девизы и слоганы, которые имеют, однако, общекультурный статус, обусловленный тем, что, во-первых, подобные выражения, как правило, не занесены в толковые словари (хотя, справедливости ради, следует отметить то, что и не все пословицы можно там найти, а также то, что существуют отдельные справочные издания и даже специализированные словари, например, цитат и крылатых слов; лозунги и девизы, возможно, представлены в соответствующих энциклопедиях по истории, политологии, культурологии и т. п.), а, во-вторых, в отличие от тех же поговорок и пословиц, они не являются культурно обусловленными языковыми фактами, а продуктом словотворчества конкретной языковой личности или определенного политического режима, характеризующими свою историческую эпоху. Конечно, некоторые цитаты со временем могут стать поговорками, могут фразеологизироваться, но, в общем, они относятся не к словарю, а ко всей культуре и лингвокультуре (как ее части) в целом, поскольку их появление и существование не обусловлено законами исторического развития языка.

Фразеология и паремиология являются очень важным для когнитивной семантики языковым материалом, в котором заложены ключевые символы и смыслы данной лингвокультуры. Подавляющее большинство фразеологических и паремиологических выражений появилось на начальном этапе и среднем этапе развития данного языка (в немецком языке это – древне- и средневерхненемецкий периоды), что позволяет проследить семантические, грамматические и стилистические аспекты языкового значения, сравнить их на разных этапах развития языка, зафиксировать трансформацию смысла.

Помимо этого, экстралингвистический статус имеют и другие вербальные символы, которые получают распространение в публицистике, как, например, негласные прозвища политиков (ср.: «железный канцлер» (об О. фон Бисмарке), «железная леди» (о М. Тэтчер)), обозначения и символика политических партий, современные социальные и политические лозунги и девизы, метонимические и перифрастические наименования институтов вла-

сти, государств. Из художественной литературы и мифологии проецируются аллюзии, фигуры литературных и мифологических героев, какие-то ключевые художественные и культурные образы и т. п., которые могут попадать в политический дискурс в обход языка вokkaциональном употреблении участников социально-политической коммуникации, хотя, всё же, многие ключевые образы литературно-мифологического пространства языка в той или иной степени (как самостоятельные онимы и/или апеллятивы, либо в составе фразеологических выражений, описывающих некоторую актуальную ситуацию) уже узуализировались.

Что касается контекстуального использования языковых единиц в переносном смысле, то помимо уже упомянутых узуальных и лингвокультурных значений в политдискурсе также появляются специфические элементы, которые возникают и существуют только в дискурсивном пространстве политической коммуникации. К таким единицам относятся именуемые в стилистике фигурами речи контекстуальные конструкции и обороты: игра слов, сравнение (образное и рациональное), (стилистические) анахронизмы, а также различныеokkaциональные языковые новообразования. В немецком языке деривационная креативность представляет собой отличительную особенность (в сравнении с другими германскими и славянскими языками), в связи с чем некоторые авторы даже выстроили типологии данного явления, однако при комплексном рассмотрении когнитивного феномена метафоры ни одна типология креативных языковых единиц не представляет исследовательской ценности, поскольку большинство из них опираются на деривационно-морфологические показатели (например, образован ли дериват по традиционным грамматическим моделям или каким-то иным путем). В этом случае для политического дискурса актуальность представляет установление источника креативного метафорического образа, и тогда, в общем, возможны два глобальных направления: создание креативной метафоры с «нуля» в данном контексте, когда авторски переосмысливается какой-то необразный языковой знак, или создание нового метафорического значения на основе какого-то языкового материала (например, аллюзии), а также развитие, расширение, домисливание другого языкового образа, вовлечение его в другую систему отношений в определенном контексте, построение и достройка (доконцептуализация) узуального символа (как, например, расширение фразеологизма,

пословицы или поговорки, создание сравнительных оборотов, сопряженных с метафорическим переносом, семантическая подмена понятий, игра слов, домысливание чьего-либо высказывания и т. д.).

В креативных метафорических образах порой может происходить создание совсем неожиданных смыслов в определенных контекстах, как, например: „Der Euro spricht Deutsch“ и „Der Euro spricht bayerisch“ (Lafontaine O., 1998), где речь идет о роли Германии в ЕС.

Материалом для окказиональной метафоры может служить аллюзия (литературная, кинематографическая, библейская и пр.). В этом случае трансформируется знаменитое изречение или упоминается всем известное событие, например, библейский сюжет о предательстве Иудой Христа, который воплотился во фразеологизмах „Judaslohn“ и „Judasgeld“ и др.

В целом, контекстное создание метафорических образов является более частым случаем политической креативности, что в полной мере доказывает тот факт, что мышление человека (вне зависимости от области его приложения) культурно и вербально обусловлено и осуществляется по определенным, сформировавшимся и зафиксированным в лингвокультуре схемам и образам. Мало что в языке и культуре создается из «ничего», с «нуля», даже окказиональные новообразования в социально-политической коммуникации детерминированы культурой (в широком смысле), языком (лингвокультурой) и общественно-политическими и историческими традициями (политической культурой), а также, собственно, самим политическим дискурсом (в совокупности всех обуславливающих его в данном государстве и обществе экстра- и интралингвистических факторов).

Следует особо подчеркнуть, что источники политической метафоры не замкнуты на себе, наоборот, они активно взаимодействуют и находятся в постоянном движении. При этом все узусные значения (лексемы, фразеологизмы, паремии) всегда культурно детерминированы и потенциально могут быть в любой момент эксплицированы (с различной степенью частотности и продуктивности) в политическом тексте. Культурные символы могут попасть в словарь и потенциально в любой момент – в политический контекст.

В свою очередь окказиональные и креативные метафоры гипотетически также могут лексиколизироваться или, если это ка-

сается сферы политической номинации (как процесса присвоения социально значимого или маркированного нового имени какому-либо субъекту или объекту политического ландшафта), стать фактом всей политической культуры при условии, что новый символ будет точен, лаконичен, актуален (для своего времени) и объективно отражает сложившиеся политические реалии, новые свойства, качества репрезентируемого референта, которые из окказиональных стали узуальными.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ**

*ФИО: Керимов Руслан Джаваниширович*

*Место работы и должность: Кемеровский государственный университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкой филологии*

*E-mail: kerimovrus@mail.ru*

*ФИО: Федянина Любовь Ивановна*

*Место работы и должность: Кемеровский государственный университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкой филологии*

*E-mail: fedianina@inbox.ru*

**Л. Г. Ким**

Кемерово (Россия)

### **ИНТЕРПРЕТАЦИЯ СОДЕРЖАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ТЕКСТА РЯДОВЫМИ НОСИТЕЛЯМИ РУССКОГО ЯЗЫКА**

Предлагаемое исследование выполнено в русле нового лингвистического направления – *обыденной лингвополитологии*, разрабатываемой в ряду наук, изучающих наивное знание. Обыденная лингвополитология тесно связана с *политической лингвистикой*, которая исследует политическую коммуникацию, т.е. речевую деятельность, ориентированную на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям [Чудинов 2006]. Политическая лингвистика изучает речевую деятельность и языковое сознание профессиональных политиков, отчасти ставя прикладную задачу помочь им в осуществлении своих целей [см., например, Маслова 2008; Романова 2009; Седых 2012]. *Обыденная лингвополитология* направлена на изучение особенностей обыденного языкового сознания на материале обыденных политических текстов и фрагментов языковой системы. Н.Д. Го-

лев, разрабатывая это научное направление, называет предмет, материал, аспекты и методы обыденной лингвополитологии [Голев 2011]. Одним из аспектов этого научного направления является исследование лингвистическими методами интерпретации рядовыми носителями языка текстов на политические темы и, как следствие, выявление их отношения к происходящим в обществе политическим процессам, что позволит осуществлять мониторинг общественного мнения и общественного политического сознания.

Задачей настоящей статьи является определить, почему один и тот же текст на политическую тему разными реципиентами понимается по-разному. Данное исследование выполнено в русле лингвистического интерпретационизма [Демьянков 1999] и теории обыденного метаязыкового сознания [Голев 2009]. Лингвистический интерпретационизм как разновидность когнитивной лингвистики предполагает изучение механизмов интерпретации текста в сознании носителей языка, позволяющее выявить множественность толкований одного текста и вскрыть факторы, объясняющие этот феномен. Согласно этой теории, объектом восприятия адресатом является исходный, *интерпретируемый текст*, а результатом его ментально-речевой деятельности является вторичный, *интерпретирующий текст*. Интерпретируемый и интерпретирующий тексты находятся в отношениях формально-смыслового единства; при этом интерпретирующий текст есть результат компрессии (сжатия) интерпретируемого текста; компрессия носит субъективный и аспектуальный характер [Ким 2013].

Одним из возможных методов исследования обыденного политического сознания в сформулированном нами направлении является метод металингвистического (интерпретационного) эксперимента. При постановке эксперимента мы предполагаем верифицировать гипотезу, согласно которой политический текст, посвященный процессу модернизации в России, при его восприятии рядовыми носителями языка имеет множество различных толкований, отражающих реальное отсутствие конкретно-референтной соотнесенности этой лексемы в сознании носителей языка и неоднозначное отношение к этим процессам рядовых граждан нашей страны.

Материалом для эксперимента является следующая фраза: ***Говорить о модернизации общества – это значит го-***

**говорить о том, что нужно подстричь больного, когда его нужно лечить.** Испытуемым необходимо было ответить на вопрос: *Как Вы понимаете смысл данной фразы? Свой ответ поясните.*

Участниками эксперимента были студенты Кемеровского государственного университета в количестве 80 человек. При проведении эксперимента была поставлена цель – выявить смысловые версии исходного текста и осуществить моделирование его интерпретационного поля, тем самым установить диктум и модус понятия модернизации в сознании рядовых носителей русского языка и восприятие ими содержания политического текста.

По результатам эксперимента было получено 80 ответов, функционально представляющих собой интерпретирующие тексты. Анализ содержания ответов позволяет говорить, что ключевое слово в этой фразе – слово *модернизация* – понимается носителями языка по-разному, что и задает веер толкований фразы в целом.

При интерпретации содержания предлагаемой фразы были получены различные ответы, которые позволили нам выявить следующие смысловые версии, отражающие толкование респондентами интерпретируемого текста.

1) «Проводить модернизацию – значит заниматься внешним украшательством, предпринимать действия «косметического» характера» (16 ответов – 20%):

*Модернизация – это лишь поверхностный процесс, так сказать «косметический ремонт». На самом же деле обществу требуются коренные изменения, которые заключаются в изменении всех недостатков; Делается «косметическая операция», тогда как пораженные «органы» остаются нетронутыми; Больного необходимо лечить, а не украшать. Значит необходимо кардинально менять общество, а не пытаться вводить какие-то новинки для красоты.*

Ключевыми словами в этих ответах являются такие единицы, как *поверхностные изменения, внешние изменения, косметические меры, украшение, красота.*

2) «Проводить модернизацию – значит заниматься решением не главных, а второстепенных проблем» (10 ответов – 12,5%):

*Подстричь больного, когда его нужно лечить – это значит сделать то, что не требуется в данный момент, оста-*

*вив без внимания самое главное – прогрессирующую болезнь. Это можно отнести к модернизации общества, т.е. сделать не самую главную вещь в жизни общества, когда основы общества остаются без внимания; Смысл высказывания в том, что решается вовсе не приоритетная задача.*

Ключевыми словами в подобных ответах являются такие единицы, как *не главный, не важный, не нужный, не первый, не приоритетный, второстепенный.*

3) «Проводить модернизацию – значит предпринимать неэффективные, бесполезные действия» (20 ответов – 25%):

*Чтобы лечить больного, его не обязательно стричь, а значит, это бессмысленно. Следовательно, в этой фразе «Модернизация общества» тоже нечто бессмысленное, что не приведет к результатам; Нет смысла модернизировать общество, подобно тому, что нет никакой пользы больному от его прически.*

Ключевыми словами в подобных ответах являются такие единицы, как *бессмысленно, бессмыслица, нет смысла; бесполезный, нет пользы, не дать эффекта; пустое занятие.*

4) «Проводить модернизацию сейчас несвоевременно, так как общество не готово к изменениям» (16 ответов – 20%):

*Нужно подготовить общество к модернизации. Не все люди, проживающие в нашей стране, готовы к глобальным изменениям, а некоторые и не хотят. Для этого нужно изменить менталитет нашего общества, их мировоззрение; Прежде чем говорить о модернизации общества, его нужно к этому подготовить.*

Ключевые слова в подобных анкетах: *сначала – потом, несвоевременно, подготовить, не готово.*

5) «Проводить модернизацию – значит избавляться от негативных явлений и процессов в обществе, от устаревшего» (8 ответов – 10%):

*Общество предстает в образе «больного», которого нужно лечить. Обрезать волосы – значит отказаться, избавиться от всего плохого, негативного. Следовательно, говоря о модернизации, нужно остричь все лишнее; Модернизация – своего рода обновление, что-то новое. Больному хорошо подойдет новая стрижка.*

Ключевые слова: *стрижка – избавление от устаревшего, обновление.*

6) «Нужно не говорить о модернизации, а проводить ее» (10 ответов – 12,5%):

*Говорить можно долго, но «эффективность слов» в наше время на деле проявляется редко. Не нужно разглагольствовать и говорить о том, что можно было бы сделать. Необходимо действовать здесь и сейчас; Говорить – это ничего не делать, так же как и подстричь больного, вместо того, чтобы его лечить; Разговор – бесполезная трата времени, как и с примером стрижки. Стрижка – бесполезная трата времени, когда нужно лечить.*

Ключевыми словами в подобных ответах являются такие единицы, как *говорить – делать*.

Анализ полученных ответов позволяет утверждать, что содержание политического текста о процессах модернизации рядовыми носителями языка воспринимается неоднозначно. Результатом толкования смысла данного текста являются интерпретирующие тексты, которые отражают указанные выше смысловые версии как реализацию семантико-прагматических смыслов толкуемой фразы.

Совокупность смысловых версий исходного текста образует недискретное смысловое пространство – его *интерпретационное поле* [Ким 2010]. Интерпретационное поле данного текста имеет полицентрическую структуру, предполагающую наличие двух основных противопоставленных смысловых центров. Один из смысловых центров составляют смысловые версии: 1) «Проводить модернизацию – значит заниматься внешним украшательством, предпринимать действия «косметического» характера»; 2) «Проводить модернизацию – значит заниматься решением не главных, а второстепенных проблем»; 3) «Проводить модернизацию – значит предпринимать неэффективные, бесполезные действия».

Другой смысловой центр составляют смысловые версии: 4) «Проводить модернизацию сейчас несвоевременно, так как общество не готово к изменениям»; 5) «Проводить модернизацию – значит избавляться от негативных явлений и процессов в обществе, от устаревшего»; 6) «Нужно не говорить о модернизации, а проводить ее».

Выделение этих смысловых центров основано на противопоставлении понимания модернизации. В первом случае модернизация понимается как мероприятия, носящие поверхностный ха-

ракти, не решающие главных проблем общества, а следовательно, проведение модернизации неэффективно и бессмысленно. Во втором случае модернизация рассматривается как избавление от негативных процессов в обществе, при этом возможны два решения: а) общество еще не готово к модернизации, а потому проводить ее сейчас не нужно; б) необходимо не говорить о модернизации, а предпринимать реальные действия здесь и сейчас.

Таким образом, на основе анализа восприятия смысловой организации политического текста можно утверждать, что рядовые носители русского языка неоднозначно воспринимают понятие модернизации. В обществе не сформировалось ясного представления об этом процессе. Можно выделить две основные противопоставленные смысловые зоны:

1) модернизация – это процесс, направленный на поверхностные области, не затрагивающие коренных основ общества, способный привести к поверхностным изменениям косметического характера, а потому модернизация неэффективна и, следовательно, бессмысленна.

2) модернизация – это обновление общества, его коренное преобразование, избавление его от негативных процессов и явлений. При этом нужно не говорить о модернизации, а проводить ее. Но в данный момент общество не готово к коренным преобразованиям.

И в целом, учитывая статистику ответов, следует говорить о преобладании, скорее, пессимистического отношения к процессам модернизации, чем оптимистического.

Таким образом, политический текст в процессе интерпретационного функционирования в пространстве адресата реализуется множеством вторичных текстов, актуализирующих его потенциальные смыслы. Политический текст, посвященный процессу модернизации в России, при его восприятии рядовыми носителями языка имеет множество различных толкований, отражающих реальное отсутствие конкретно-референтной соотнесенности этой лексемы в сознании носителей языка и неоднозначное отношение к этим процессам в стране.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Голев Н. Д. Обыденное метаязыковое сознание – онтологический и гносеологический феномен // Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты. Ч.1: Коллект. моногр. – Кемерово; Барнаул, 2009. С. 5–24.

Голев Н. Д. Обыденная лингвополитология: проблемы и перспективы // Современная политическая лингвистика : Тезисы Междунар. науч. конф. – Екатеринбург, 2011. С. 66–69.

Демьянков В. З. Интерпретация как инструмент и как объект лингвистики // Вопр. филологии. 1999. №2. С. 5–13.

Ким Л. Г. Вариативно-интерпретационное функционирование текста. – М.: URSS, 2013.

Ким Л. Г. Интерпретационное поле как реализация вариативно-интерпретационного потенциала текста (на материале лингвистического эксперимента) // Сибирский филол. журнал. 2010. № 1. С. 203–212.

Маслова В. А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? // Политическая лингвистика. 2008. № 1. С. 43–48.

Романова Т. В. Коммуникативный имидж и речевой портрет современного политика // Политическая лингвистика. 2009. № 1. С. 109–117.

Седых А. П. Идеологические элементы фразеологии политического руководителя (на материале дискурса В.В. Пугина и А. Меркель) // Политическая лингвистика. 2012. № 2. С. 39–45.

Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учебное пособие. – М.: Флинта: Наука, 2006.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Ким Лидия Густовна*

*Место работы и должность: Кемеровский государственный университет, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка*

*E-mail: kimli09@mail.ru*

**О. Н. Кондратьева**

Кемерово (Россия)

### **РОЛЬ КОМПЬЮТЕРНОЙ МЕТАФОРЫ В РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ УКРАИНЫ**

Для каждого исторического периода характерно доминирование определенных понятийных сфер, являющихся наиболее близкими, понятными, детально структурированными и особо значимыми для своего времени, а потому наиболее активно задействованных в процессе концептуализации действительности. Изначально такой сферой являлся природный мир, затем мир человека, в новое время начинает доминировать сфера механизмов. На данное обстоятельство указывал В.В. Колесов, отмечая, что «преобразование «метафорического ряда» обычно связано изменением основной метафоры: **человек-природа (космос)** язычника – **антропоморфизм** христианской культуры – **человек-машина** современного «научного» сознания» [Ко-

лесов 2002: 185]. Постепенно происходит все большее удаление человеческого сознания от природного мира, частью которого человек воспринимал себя, происходит его отчуждение от природной среды, все большая материализация, ориентация на мир предметный.

Метафора механизма вполне закономерно расцветает в середине XX века, в настоящее время наблюдается пик ее использования (см. подробнее Глебкин 2012, Кондратьева 2012, Чудинов 2001 и др.). Интенсивное развитие науки и техники, появление новых технологий вызывают активную экспансию понятий данной сферы в метафорическую систему политического дискурса. Происходит также обогащение метафорической системы новыми моделями, одной из которых является модель «политика – это компьютер». В мире наблюдается компьютерный бум, данная сфера становится близкой и хорошо известной современному населению, что и дает основания для подобного переноса.

Задача нашей статьи – рассмотреть особенности функционирования метафор со сферой-источником «компьютерная техника» в политическом дискурсе Украины 2009-2012 гг. В рамках метафор, возникающих на основе названной сферы-источника, политическая жизнь Украины и ее субъектов предстает как компьютер, работающий с определенными отклонениями, зависающий, требующий ремонта.

Политический компьютер Украины нуждается в **перезагрузке**. Перегрузка – это процесс, при котором компьютер полностью очищает или восстанавливает содержимое оперативной памяти и возобновляет свою работу. Прежде всего, в такой перезагрузке нуждается само государство, не случайно данный тезис вынесен в заглавие статьи: «Украина: Перегрузка». Автор статьи задается вопросом: *Способно ли нынешнее государство обеспечить концентрацию сил? Как это можно сделать?* И дает ответ: *Путем перезагрузки государства. Что такое перезагрузка государства? Это его модернизация применительно к условиям данного исторического момента* (3).

По мнению Юлии Тимошенко, в Украине должна произойти и перезагрузка власти, это основное условие изменений в стране, изменений к лучшему: *только полная перезагрузка власти может восстановить доверие людей к государственным институтам, политикам, вернуть Украину на демо-*

*кратический, конституционный путь развития* (2: 01.11.2010). Распространяется перезагрузка и на отдельных политических персонажей, на их существование в новых политических условиях, ср. название статьи: «Юлия: перезагрузка» (4).

Еще одним способом изменения в политической жизни становится **переформатирование**. Переформатирование – это форматирование жесткого диска или раздела, уже отформатированного или содержащего данные. Переформатирование и переустановка являются крайней мерой, данные операции рекомендуются для случаев, когда все другие варианты восстановления или диагностики не принесли положительного результата. Таким образом, метафора переформатирования используется, когда нужно подчеркнуть необходимость серьезных, глобальных преобразований, без которых невозможна нормальная работа политического механизма.

Переформатированию должна подвергнуться как власть, так и сознание отдельных людей: Так, Юлия Тимошенко убеждена, что *лишь по результатам парламентских выборов 27 марта 2011 года можно переформатировать власть в стране для обеспечения защиты интересов граждан, а не отдельных финансовых групп* (2: 16.11.2010); *Вы понимаете, это нечто иное. Это переформатирование сознания людей, и это уже, может быть, даже становление настоящего гражданского общества в Украине* (4).

Размышления политических обозревателей о работе Верховной Рады выливаются в заголовок «Коалиция: сохранить нельзя переформатировать» (1), созданный на базе прецедентного высказывания «Казнить нельзя помиловать».

Если Украина, власть предстают в качестве компьютера, то субъекты политической деятельности метафорически представлены как продвинутые пользователи, хакеры, зачастую действующие в обход принятых законов и наносящие серьезный ущерб операционной системе государственного компьютера.

Изначально хакерами называли программистов, которые исправляли ошибки в программном обеспечении каким-либо быстрым и далеко не всегда профессиональным способом; такие правки ассоциировались с «топорной работой» из-за их грубости, отсюда и произошло название «хакер». Сейчас хакеров очень часто путают с компьютерными взломщиками, именно в этом значении слово функционирует и в политическом дискурсе.

Юлия Тимошенко именуется отдельных политиков, наносящих, с ее точки зрения, урон Украине, политическими хакерами: *Возле них собираются голодные и эффективные новые политические хакеры типа Фирташа и Левочкина, которые ради наживы готовы снова и снова взламывать государственные системы, пользуясь доверием людей к очередному вождю* (2: 09.10.2010). Таким образом, именно взлом системы, причинение ей ущерба, нарушение нормального функционирования государства становится приметой «политического хакера».

В этой роли выступал практически каждый правитель Украины, имеющий свое представление о стратегиях развития страны и навязывающий его Украине: *Каждый вождь, который приходил, устанавливал в стране свои правила жизни в зависимости от уровня своей жадности, ограниченности и глубины своих внутренних комплексов. Каждый новый вождь со своим окружением легко взламывал все системы защиты страны "от дураков", которые заложены в Конституции и законах. Им каждый раз удавалось это потому, что системы защиты либо крайне слабы, либо вообще отсутствуют*" (2: 09.10.2010).

Таким образом, в связи с нестабильной политической ситуацией, Украина метафорически предстает как компьютер, работающий с серьезными сбоями, отмечается необходимость его перезагрузки и реформирования. Показательно, что данная идея в целом ряде статей вынесена в заглавие, см., например: «Украина: перезагрузка» (3). «Коалиция: сохранить нельзя реформировать» (1); «Юлия: перезагрузка» (4) и др. Возможно, что со временем данный термин при описании политической жизни Украины станет не менее популярен, чем в свое время термин «перестройка», предложенный М.С.Горбачевым.

#### ЛИТЕРАТУРА

Глебкин В. В. Метафора механизма и теория концептуальной метафоры Лакоффа – Джонсона // Вопросы языкознания. 2012. №3. С. 51-69.

Колесов В. В. Древняя Русь: наследие в слове. Мир человека. СПб.: Филол. ф-т Санкт-Петербургского гос. ун-та, 2000. 326 с.

Кондратьева О. Н. Новые тенденции в концептуализации внутреннего мира человека // Вестник Челябинского гос. ун-та. Сер. Филология Искусствоведение. – 2013. – № 1(292) – С. 72-77.

Чудинов А. П. Метафора механизма // Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000): Монография. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2001. С. 162-170.

## ИСТОЧНИКИ ПРИМЕРОВ

Коалиция: сохранить нельзя переформатировать. URL: <http://news.liga.net/articles/NA100059.html>

Официальный сайт Юлии Тимошенко. URL: <http://www.tymoshenko.ua/ru/>  
Украина: перезагрузка. URL: <http://www.specletter.com/elections/2009-03-10/ukraina-perezagruzka.html>

Юлия: перезагрузка. URL: <http://smi.liga.net/articles/2010-12-10/774601-yulya-perezagruzka.htm#>

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

*ФИО: Кондратьева Ольга Николаевна*

*Место работы и должность: Кемеровский государственный университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры общего языкознания и славянских языков, заместитель декана по учебной работе факультета филологии и журналистики*

*E-mail: kondr25@rambler.ru*

## В. А. Копцева

Павлодар (Россия)

## ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕЧЕВОГО ЖАНРА ПРОГРАММНОЕ ЗАЯВЛЕНИЕ В ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ Г. ЗЮГАНОВА

Политическая жизнь России насыщена активными преобразовательными процессами. Каждый политик стремится к эффективной коммуникации с электоратом в период избирательной кампании. Для завоевания доверия избирателей и получения власти необходимо успешно представить себя аудитории в выгодном свете. Для этого к числу предвыборных инструментов следует отнести программные документы, определяющие концепцию развития страны, основные направления деятельности государства и общества. Умело составленное программное заявление позволяет охватить актуальные темы общественно-политического дискурса, показать избирателям, что кандидат говорит на общем с ними языке, считает значимыми те же проблемы, что и они. И если избиратель видит, что используемые кандидатом лозунги и предложения касаются близких ему проблем, и верит, что он действительно будет действовать в заявленном направлении, то, скорее всего, он проголосует за него. В этом плане представляет интерес анализ предвыборных доку-

ментов в избирательной кампании по выборам Президента Российской Федерации 2012 года.

Объектом нашего анализа является речевой жанр *программное заявление* кандидата на пост президента РФ Г. Зюганова «Мои обязательства перед гражданами России», в котором изложены основные положения его программы [Зюганов 2012: 2].

*Программное заявление* как предвыборный жанр публикуется в партийной прессе, обладает информирующей и воздействующей силой. По характеру ведущей интенции, следуя классификации Е. И. Шейгал, программное заявление входит в группу агональных жанров, представляющих собой тексты, которые «используются как инструмент политической борьбы непосредственно в ходе политических акций» [Шейгал 2000: 269].

Жанр *программное заявление* понимается нами как политический имиджевый текст письменной формы (опубликованный в печатных и электронных СМИ), имеющий строго обозначенную, определенную тематикой жанра интенцию в совокупности с ведущей интенцией предвыборного дискурса – борьбы за власть и за приоритет в голосовании, содержащий агитационные материалы и функционирующие в предвыборный период.

Объектом отражения программного заявления служат программные установки, цели и задачи партии. Обладая набором характерных признаков и стилевых черт, оно нацелено на то, чтобы вызвать сопереживание аудитории и смоделировать ее ответное поведение.

По функционированию в речевой ситуации программное заявление относится к неканонической речевой ситуации, так как представлено в СМИ и носит характер вневременного развертывания событий в координатах «я – ты – не здесь – не сейчас».

Главным признаком речевого жанра, с точки зрения Т.В. Шмелевой, является коммуникативная направленность [Шмелева 1997: 8]. Достижение главной коммуникативной цели в рамках программного заявления – убеждение электората в правильности будущих политических шагов и обретение поддержки у избирателей.

Адресат, т.е. народ, выражен эксплицитно. В начальной позиции текста реализуется контактоустанавливающая функция: содержится обращение, выраженное лексической единицей с компонентом совместности (*Соотечественники! К вам обращаюсь я в трудный для Родины час*). Чтобы достичь максимального прагма-

тического эффекта на избирателей, аудитория, на которую рассчитано программное заявление, дифференцируется в социальном, возрастном, гендерном и других аспектах. Например: **ученым мы гарантируем; молодежи мы гарантируем; семьи с низкими доходами; крестьянам; семьи офицеров.**

Образ автора рассматривается нами в трех позициях. Первая, наиболее частотно выраженная – позиция «я-политик». Здесь используется личное местоимение «я» в форме 1 лица единственного числа: *я гарантирую, я сделаю, я обязуюсь, я твердо обещаю, я убежден.* Автор позиционирует себя как политик, в руках которого находятся все инструменты для достижения необходимых действий. Он выступает, прежде всего, как гарант достойного будущего страны: процветание России может быть связано исключительно с данным политическим лидером. Все это реализуется в употреблении лексем (чаще глагольных), с ярко выраженным компонентом «ответственность», «решительность», «действие»: *обязуюсь, гарантирую, твердо обещаю.*

Следовательно, образ автора репрезентируется как личность, которая готова нести ответственность и отвечать за поступки и решения в управлении государством.

Вторая позиция образа автора представлена в обобщенном виде – «я-партия». отождествление политика и его соратников осуществляется за счет личного местоимения «мы». Например: *Мы примем новый Трудовой кодекс и защитим права наемных работников. В течение года мы пересмотрим все антинародные законы, навязанные стране «Единой Россией».* Это подчеркивает желание показать, что есть команда, решения в которой принимаются коллективно.

Третья позиция – «я-народ» – представлена в заключительной части программного заявления: ***Мы с вами можем и должны жить в стране, которая гордится достигнутым и уверенно смотрит в будущее!*** Контекст этого блока передан использованием сочетания личных местоимений «мы», «вы», которые отождествляют кандидата на пост президента и аудиторию, и обусловлен необходимостью показа автора как «человека из народа», «человека с народом».

Употребление данных позиций характеризует программное заявление как монологичный текст: речевое воздействие построено от имени 1 лица единственного и множественного числа.

Для диктумного содержания программного заявления характерно использование глагольных форм будущего времени. Поскольку основу данного речевого жанра составляет перечисление конкретных предвыборных шагов-обещаний, соответственно, преобладающим будет форма будущего времени. В качестве активных речевых маркеров используются: 1) формы будущего времени глаголов несовершенного вида (*будем действовать, будут избираться, будет формироваться*); 2) формы будущего времени глаголов совершенного вида (*проведем, возродим, восстановим, примем, отметим, покончим, вернем, направим*).

Также в тексте программного заявления наблюдаются составные формы сказуемого, включающие модальное слово и глагол несовершенного вида в форме инфинитива, что усиливает объективную необходимость действий, делает предложенные шаги категорически неизбежными: *мы должны жить, можем жить*.

Таким образом, необходимым условием функционирования речевого жанра *программное заявление* служит ориентация во времени. Важно показать настоящее время для принятия политических решений в будущем. Доминантным при этом следует считать употребление форм будущего времени.

Программное заявление имеет блочную композицию с традиционным вступлением и заключением. Оно состоит из шести кратких информационных блоков: "Ради спасения страны", "Обновление политической системы", "Безопасность России", "Экономическая политика", "Социальная и национально-культурная политика", "Справлюсь за шесть лет", представляющих собой перечень конкретных обещаний, в каждый новый раздел включены конкретные цифры, оценивающие эффективность хозяйствования действующей власти.

Это своего рода мини-концепция, план экономического, политического, социального и культурного развития страны. Характерной для программного заявления становится оценочная функция, реализующаяся путем представления общезначимых проблем: *За годы «реформ» уничтожено более двух третей промышленного потенциала России. Вот почему число нищих не убавляется, производство чахнет, а инфраструктура разваливается на глазах*. Здесь же представлено указание на перспективу действий. Например: *Нам предстоит начать ускоренное восхождение или оказаться на самом дне. Время требует немедленных перемен*.

При переходе к ознакомлению аудитории с программными линиями доминирующей становится информативная функция, которая реализуется посредством описания конкретных способов реализации предложенной программы по определенным направлениям, например, национальная и личная безопасность, экономическое развитие, законность, правопорядок и соблюдение прав человека, культура и т.д. Например: *За два года мы покончим с дефицитом мест в детских дошкольных учреждениях. Ученым мы гарантируем достойную оплату труда, перспективным молодым исследователям – жилье и другие меры поддержки.*

Так как программное заявление относится к письменным речевым жанрам, наблюдается преобладание сложных предложений в составе текста. Признаками прагматического воздействия следует считать инверсионные конструкции, эмоционально воздействующие на адресата: *Благодаря этому вниз пойдут цены на продукты питания и другие товары. Будут приняты новые земельный, Лесной и Водный кодексы, Закон о недрах.*

Данный речевой жанр достаточно декларативен, провозглашая цели, он не раскрывает путей, механизмов их достижения: *Каждый из вас будет обеспечен достойным жильем. Семьи с низкими доходами получают его бесплатно. Остальные смогут приобретать жилье в кредит по ставке не более 5 % годовых.* Декларативная функция в полной мере реализуется в заключительной части: здесь провозглашаются принципы видения субъектом государственной политики. Она не содержит непосредственного призыва к действию, цель – убедить электорат в преимуществах предлагаемой модели управления государством и тем самым создать положительный имидж субъекта политики. Например: *После моего избрания президентом государственный аппарат станет значительно меньше, но эффективнее. Власть поведет беспощадную борьбу с коррупцией. Я активно поддерживаю гражданские инициативы и деятельность общественных объединений.*

В последнем блоке «Справлюсь за шесть лет» отражена проективная функция, заключающаяся в формулировке целей и задач политической деятельности. Завершается текст призывом, отражающими идею сплочения и воодушевления и эксплицитно констатирующий единство при помощи лексемы совместности: ***Мы с вами** можем и должны жить в стране, которая гордится достигнутым и уверенно смотрит в будущее!*

Программное заявление имеет особое значение в президентских выборах. Анализ текста кандидата на пост президента Г. Зюганова позволяет нам прийти к следующим выводам. Образ политика помещается в благоприятный для него информационный контекст. Одной из главных особенностей структурно-семантической организации является то, что в тексте документа реализуются контактоустанавливающая, информативная, декларативная, оценочная, проективная функции. Они обусловлены специфическими условиями коммуникативной предвыборной ситуации. Данный речевой жанр характеризуется преобладанием прагматической и манипулятивной функций, так как от успешности реализации авторской интенции зависит успех на выборах. Декларативная функция должна «работать на убеждение» электората в преимуществах предлагаемой модели управления.

Текст имеет инвариантную структуру: вступление, основные блоки, и заключение. Соответственно, расположение информационных блоков в тексте строится по принципу максимального воздействия на адресата, что достигается выдвиганием тех или иных идей на сильные позиции текста.

Временная специфика программного заявления представлена лексическими и грамматическими средствами выражения категории темпоральности. Содержательный план программного заявления посвящен глобальным внутривнутриполитическим и внешнеполитическим проблемам и перспективам государства, направлен критику существующего положения в стране и последующего завоевания власти. Образ автора и адресата разворачиваются в определенном пространстве и времени. Предвыборные обещания на речевом уровне манифестируются формой будущего времени глагола, создавая, таким образом, картину будущего устройства мира.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Зюганов Г. Мои обязательства перед гражданами России // Советская Россия. 17 января 2012. № 3 (13656)

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: монография. – Москва – Волгоград: Перемена, 2000.

Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи: Сборник науч. ст. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Копцева Валентина Александровна*

*Место работы и должность: Инновационный Евразийский университет, старший преподаватель кафедры «Журналистика и русская филология»*

*E-mail: 83\_valentina@mail.ru*

**М. В. Костюнина**

Сургут (Россия)

**СПЕЦИФИКА АРГУМЕНТАЦИИ  
В ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ**

**Г. А. ЗЮГАНОВА (2008 ГОД)**

В рамках данной статьи мы рассмотрим основные способы аргументации, представленные в предвыборном дискурсе Г. А. Зюганова, и интерпретируем их в рамках методики новой риторики. Прежде чем перейти к непосредственному анализу, следует отметить, что в последнее время возрос интерес к проблемам аргументации в логике и неориторике, что объясняется несколькими факторами: во-первых, социологизация знаний и углубляющаяся внутринаучная специализация, во-вторых, появление множества новых научных дисциплин (социология коммуникации, когнитология, конфликтология, эпистемология, праксиология).

Совместные труды Хаима Перельмана и Люси Ольбрехт-Тытеки "Философия и риторика" (1952), "Новая риторика: Трактат по аргументации" (1958), ознаменовали возрождение риторики во второй половине 20 века, что стало новым периодом в ее развитии и основой для нового направления новой риторики или аргументативной риторики. Идеи Х. Перельмана предполагали существенные изменения в области философских основ риторики и логики, что позволило современникам назвать Перельмана Новым Аристотелем. Перельман обратился к поиску «риорической формы» аргументации, свойственной языку как инструменту коммуникативных технологий в контекстах, воздействующих на аудиторию.

Перельман считает, что если к согласию можно прийти, подсчитав, взвесив и измерив, если результат может быть продемонстрирован, «никто и не подумает начинать критическую дискуссию» [Perelman 1979: 13]. Аргументация присутствует там, где речь идет о неоднозначных вопросах, о «правдоподобном, вероятном, возможном» [Perelman 1979: 6].

Главным разграничением в теории аргументации является разграничение с одной стороны между доказательством, демонстрацией или логической аргументацией, и риторической,

диалектической аргументацией или просто аргументаций – с другой. Центральное место в концепции Перельмана занимает аудитория, к которой обращены аргументы. Он утверждает, что никакой аргумент не может быть направлен в пустоту, и даже в отсутствие реальной аудитории, автор аргументативного дискурса обращается к какому-то адресату, пусть даже воображаемому. Методика Хаима Перельмана представляет особый интерес, потому что он рассмотрел доказательство истины не через математические критерии, как в формальной логике Фреге и его единомышленников, а через юридические. В отличие от Декарта, он считает, что в дискуссии могут быть правы обе стороны, так как возможно доказать обе точки зрения в процессе диалога и аргументации, как практического решения.

Рассмотрим предвыборный дискурс Г. А. Зюганова с целью анализа и выявления основных способов аргументации данного политика.

Структура аргументация Зюганова носит безличный характер и представляет собой неосложненные конструкции: *«Беспредел чиновников»*; *«Цены не будут расти. Квартплата и коммуналка не будет превышать 10% семейного дохода»*; *«Что касается безопасности, немедленно будет принят закон о борьбе с коррупцией, бандитизмом, наведем элементарный порядок»*; *«Восстановим смертную казнь»* [Зюганов 2008]. С одной стороны, он ориентируется на своего слушателя и поэтому использует короткие, четкие предложения, доступные и легкие для восприятия и понимания. С другой стороны, такая структура высказывания позволяет оратору ставить акценты на всех значимых на его взгляд аспектах предвыборной кампании, выделять проблемы, которые он планирует решать. Недостатком такого построения может стать неопределенный исполнитель предвыборных обещаний, что в свою очередь может оттолкнуть еще не определившихся избирателей.

Г. А. Зюганов как представитель старшего поколения, воспитанный советской властью, нередко обращается к идеалам и ценностям прошлых лет, употребляет образы и сравнения, близкие людям пожилого возраста. Опираясь на знания и воспоминания своей аудитории, автор речей использует те локусы, по которым его избиратель заведомо знаком и согласен. Следует отметить, что апелляция к общим темам и ценностям, помогает кандидату объединить своих сторонников и тех, кто

еще не вступил в их ряды: *«Пусть каждый дом, как в старые добрые времена, будет согрет любовью близких, счастливым смехом детей и внуков, улыбками родных и друзей. Тепло этим пусть наполнятся израненные сердца дорогих наших ветеранов»* [Зюганов 2007], — с одной стороны предложение не несет в себе никаких новых предпосылок и новых утверждений, с другой — использованные ценности (*дом, семья, любовь*) имеют значительное воздействие на достаточно широкий круг избирателей.

Надо признать, что значительная часть выступлений Зюганова содержит широко известный аргумент к человеку. В анализируемой аргументации оппонент подвергся критике за то, что его взгляды совпадают со взглядами правящей власти, которую оратор обвиняет в бездействии и неправоте. Подобного рода приемы являются одними из самых распристрастных при воздействии на слушателя в современном политическом дискурсе. Нижеприведенные аргументы относятся к группе реальных, основанных на примерах действительности, они призваны установить согласие по называемым проблемам и выдвигаемым далее решениям: *«Не хотелось бы здесь говорить о большом и очень серьезном, но я как политик и ученый, как государственный деятель обязан это сказать. Сейчас иногда рисуют довольно-таки оптимистичную картинку на телевидении — без конца все пляшут, все смеются и говорят "О-кей". Это далеко не так. Сейчас начинают в одной точке сходиться многие вопросы, которые мы не решали 15 лет»* [Зюганов 2007]. Анализируя данный пример аргументации Зюганова, можно обнаружить использование аргумента направления: употребление метафоры, описывающей современную страну как страну, в которой власть умалчивает о проблемах, а национальный язык и культура гибнут — автор указывает на путь, которым идет страна в последние десятилетия и к чему это может привести. Шаги, которые предлагает предпринять Зюганов в случае своей победы — основаны не столько на анализе политических и экономических процессов, сколько на общей картине развития России в последние годы. Примерами, иллюстрирующими бездействие власти, проблему национальной культуры, утерю русского духа и особенности русского народа могут служить следующие высказывания: *«Это сделали те, кто назвал себя демократами и реформаторами. Если бы они уважали русских, они бы, хотя бы из плена англо-*

зычных вывесок освободили Пушкина, который завешан всеми английскими вырезками» [Зюганов 2008]. Метафорический образ плененного Пушкина вызывает чувство утраты основ русской культуры. Картина современной России становится еще более страшной, когда кандидат обращается к телесной метафоре: «Русские стали самым крупным разделенным народом, 25 млн. отрезали от национального тела, и они бедствуют сегодня — от Прибалтики до Средней Азии» [там же]. Таким образом, Зюганов, используя телесную метафору, внушает адресату страх за судьбу своей страны. Безусловно, перечисляя все горести страны, оратор настраивает слушателей на негативное отношение к действиям правящей власти, в выше приведенных примерах дискредитация звучит подтекстом, но именно названная стратегия является одной из наиболее ярких и образных в предвыборном дискурсе Г. А. Зюганова. Все это позволяет нам сказать, что важное место в аргументации данного политика составляют технологические аргументы, которые составляют структуру реальности и обосновывают ее по средством примеров, иллюстраций и аналогий (нынешняя власть – проблемы, нерешенные вопросы; советское время+моя кандидатура – решение этих проблем).

Помимо технологических аргументов, влияющих на структуру аргументации в целом, в дискурсе Зюганова были зафиксированы квазилогические аргументы сравнения и подобия, которые наводят аудиторию на нужные оратору мысли и выводы: «Все сделаю для того, чтобы обуздать неограниченную власть президента»; «Обуздаю самовольство губернаторов, которые сидят типа Меркушкиных, Тулеевых и сыпают бюллетени в одну урну» [Зюганов 2008], — обуздать, т. е. надеть узду, как известно, можно только на животное, соответственно происходит зоологический перенос. Называя имена собственные в негативном контексте, автор высказывания делает их нарицательными, таким образом, объединяя под этими двумя фамилиями всех на его взгляд негодяев, связанных с предвыборными махинациями. Профессор А. П. Чудинов в своей книге пишет: «Традиционно различают живую природу (мир живых существ и растений) и природу неживую (ландшафт, стихи и др.)... метафорические модели основаны на понятийных сферах «Мир животных» и «Мир растений», так как именно эти сферы служат основными источниками метафорической экспансии в современном политическом дискурсе России» [Чудинов 2001: 238].

Также одним из основных риторических приемов в дискурсе Г. А. Зюганова выступает аргумент из опыта: «На левом фланге более опытного политика на сегодня нет» [Зюганов 2007] или «У меня есть реальный опыт. Я хорошо знаю страну. Есть сильные команды» [там же]. Таким образом, аргумент из опыта найдет своего слушателя, тем более что аудитория Зюганова весьма определенная — пенсионеры-коммунисты. В подтверждение слов о целевой аудитории несложно найти примеры, иллюстрирующие это утверждение. Пенсия достаточно часто называется Зюгановым как одна из важнейших проблем страны: «пенсия будет не 3,5 тыс. жалкие, а минимум 8–10, плюс общественные фонды» [Зюганов 2008], — действительно, это важный вопрос, но помимо маленьких пенсий есть и другие важные нерешенные проблемы. Однако, опираясь в каждой речи именно на этот пункт своей предвыборной кампании, кандидат все-таки больше надеется на поддержку той части населения, которая находится в пенсионном или предпенсионном возрасте. Употребление такого эпитета, как «жалкие», говорит о несостоятельности и непрофессионализме действий власти, которая за время правления так и не улучшила ситуацию с пенсиями. О тех же, кто не поддерживает позицию Зюганова, кандидат отзывается крайне категорично, самоуверенно заявляя, что россияне — слабые личности, которые всему верят: «У меня нет сомнений, что граждане России, которые в очередной раз поддадутся давлению, обещаниям и уговорам нынешней власти, позволят и дальше представителям крупного капитала править в нашей стране, скоро пожалеют об этом, как сожалеют сейчас о своей поддержке Ельцина в 90-х» [Зюганов 2008]. Метафора «представители крупного капитала» делает акцент на материальном положении правящей власти. Концовка высказывания звучит как угроза и запугивание электората. А сравнение будущего страны с периодом правления Ельцина рождает в сознании аудитории связь с трудностями и проблемами того времени.

На основании проведенного анализа аргументации Зюганова, реализующейся в российском предвыборном дискурсе, можно сделать следующие выводы: убеждающий дискурс данного оратора реализуется через аргументы из опыта; квазилогические аргументы сравнения и подобия; аргументы, основанные на связи преемственности, в частности аргумент направления и прагматический аргумент. Стратегия дискредитации является одной из самых распространенных в политическом дискурсе, в пред-

выборных речах Зюганова она представлена аргументом к человеку и охватывает не только соперника по предвыборной гонке, но и действия правящей власти, а также и исторический период ее предшественников. Получается, что, по мнению оратора, в России никогда не было перемен, никогда не было стоящих правителей, кроме как в период Советского Союза, к возвращению в который он и призывает во всех своих речах, убеждая воссоздать все, что было сделано в то время. Таким образом, новшеством, открытым данный политик не предлагает, соответственно за ним пойдут те, кто помнит тот период и считает его приемлемым для настоящего времени. Соответственно, аудитория оратора в большей степени является конкретной, а не универсальной, что в свою очередь упрощает задачу говорящему. Возможно, поэтому структура аргументации Зюганова представляет собой простую синтаксис, напоминающий лозунги, которые призваны не убедить адресата, а закрепить устоявшиеся образы и представления. Подобного рода клишированные высказывания для сторонников этого кандидата наполнены особым смыслом и выступают как готовые понятия.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000). Екатеринбург : УрГПУ, 2001. 238 с.

Perelman Chaïm The new rhetoric and the humanities: Essays on rhetoric and its applications. – Dordrecht/Boston: D. Reidel, 1979.

#### **ИСТОЧНИКИ**

Зюганов Г.А. в эфире радио «Маяк» представил свою предвыборную программу (видео). URL: [http://www.qwas.ru/russia/kprf/id\\_93731/28.02.08](http://www.qwas.ru/russia/kprf/id_93731/28.02.08)

Зюганов Г.А. Пусть же Новогодняя ночь белым снегом укроет нашу землю и сметет с нее все зло. URL: [http://kprf.ru/rus\\_soc/54111.html/31.12.07](http://kprf.ru/rus_soc/54111.html/31.12.07)

Зюганов Г.А. Мне бы хотелось, чтобы в каждом доме был достаток и уважение к детям, старикам и женщинам. URL: [http://kprf.ru/rus\\_soc/54114.html/31.12.07](http://kprf.ru/rus_soc/54114.html/31.12.07)

Обращение кандидата на должность Президента Г.А. Зюганова к избирателям. URL: <http://forum.allsochi.info/showthread.php?t=9061>

Программа Г.А. Зюганова «Россия–2012»: Какой будет страна по итогам президентства Зюганова. URL: <http://kprf.ru/vibory2008/chronicle/55324.html/29.02.08>

Зюганов готов участвовать в выборах президента. URL: <http://www.rosbalt.ru/main/2007/11/28/435303.html/28.11.07>

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Костюнина Марина Викторовна*

*Место работы и должность: Сургутский государственный университет, старший преподаватель*

*E-mail: parfeni-mv@mail.ru*

**Н. Н. Кошкарлова**  
Челябинск (Россия)

**О. В. Томберг**  
Екатеринбург (Россия)

## **PITFALLS OF TRANSLATION, ИЛИ О ВЗАИМОПОНИМАНИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Свои размышления о достижимости взаимопонимания в политической коммуникации нам хотелось бы начать с афоризма писателя А.Г. Круглова, который сказал, что «взаимопонимание – не столько общее мнение, сколько общие ценности» [Современные афоризмы 1999: 133]. На наш взгляд, данное высказывание как нельзя более точно отражает процесс общения в сфере политической коммуникации на межкультурном уровне, когда специфика организации процесса общения в определённой лингвокультуре откладывает свой отпечаток на существование деструктивных или конструктивных форм интеракции. Среди причин непонимания (а, следовательно, коммуникативного конфликта) на первый план возможно вынести специфические характеристики поведения в той или иной национальной общности, проявляющиеся с наибольшей силой тогда, когда в контакт вступают представители разных культур, что приводит к сбоям, нарушениям и даже невозможности общения.

Однако нельзя отрицать роли и важности собственно языковых условий порождения коммуникативного конфликта, так как политики не только обладают разным лингвокультурным багажом, но и говорят на разных языках. В таком случае большая роль будет отводиться личности переводчика. Бродский М.Ю. [Бродский 2011] при анализе деятельности переводчика в рамках политического дискурса выделяет следующие случаи устного и письменного перевода:

- перевод на политических переговорах, саммитах;
- речи политических лидеров;
- неофициальный перевод при кулуарном общении;
- (реферативный) перевод иноязычных новостей, информации с сайтов, бегущей строки;

- перевод речи политических лидеров для последующих устных выступлений;
- перевод и редактирование выступлений, интервью, стенограмм переговоров для последующей их публикации (и цитирования) в средствах массовой информации;
- перевод материалов двуязычных сайтов и блогов политических лидеров;
- перевод мемуаров.

Настоящее исследование делает необходимым добавить в приведённый выше список ситуаций устного и письменного перевода синхронную работу переводчика во время политического интервью межкультурного уровня, когда от умелого использования тех или иных стратегий и тактик перевода зависит степень понимания интервьюируемым вопросов интервьюера, а, в конечном счёте, – наличие и отсутствие противоречий, разногласий, столкновений во время интервью, то есть всех показателей коммуникативного конфликта. Анализ языкового материала показывает, что российские политические лидеры часто жалуются на некачественный перевод во время интервью, что препятствует реализации их возможности как можно более ясно и полно донести до аудитории свою мысль и интенцию. Так, например, во время уже упомянутого выше интервью Председателя Правительства России В.В. Путина главным редакторам ведущих иностранных изданий (2 марта 2012 г.) интервьюированных очень интересовал вопрос о тандеме Путин-Медведев: *Не кажется ли Вам, что эта смена мест между Вами и нынешним Президентом Медведевым являет собой своего рода политическую олигархию? Станет ли господин Медведев следующим премьер-министром России? <...> Ну Ваши действия об этом говорят, потому что Вы стремитесь к тому, чтобы стать Президентом, а Медведеву не позволяете. <...> Но что же Медведев сделал не так? Почему он не мог выставлять свою кандидатуру на президентских выборах?* Не вызывает сомнения тот факт, что подобный настойчивый интерес к персонам двух руководящих фигур в российском обществе не мог не вызвать некоторое раздражение интервьюируемого, что могло вылиться в разворачивании беседы по деструктивному руслу. Однако В.В. Путин, как умелый политик и грамотный собеседник, всеми доступными средствами пытается донести до журналистов свою мысль, ссылаясь на помехи в переводе: *Кто сказал,*

*что кто-то сделал не так? Я вам в третий раз повторяю (видимо, очень плохой перевод): мы с ним представляем одну политическую силу, и мы заранее договорились, что на выборы Президента пойдёт тот человек, у кого лучшее будет положение, больше шансов уверенно победить. И мы вместе заранее приняли это решение и исполнили его тогда, когда подошёл срок его исполнить, по общей договорённости не стали крутить хвостом и чего-то не договаривать, а прямо народу и стране сказали, как мы предлагаем дальше действовать. То, что оппозиция воспользовалась, попыталась это как-то перевернуть, извратить, представить в выгодном для оппозиции свете, – это дело оппозиции. Мы считаем, что мы поступаем правильно.*

Другой пример. Во время интервью Д.А. Медведева польским средствам массовой информации (6 декабря 2010 г.) журналист задал собеседнику вопрос, который был охарактеризован как «трудный»: «Господин Президент, трудный вопрос, который я должен задать. Где находится Россия на пути строительства правового государства? Вопрос возбуждает мысли. Нельзя говорить только об экономических преступлениях. Какова Ваша позиция в вопросах, можно ли заниматься только преступлениями криминального характера или также преступлениями экономического характера, одновременно развивать экономику и бороться с преступлениями экономического характера? Каково Ваше мнение на этот счёт?». С точки зрения прагматического потенциала этот вопрос можно охарактеризовать как провокационный, так как он затрагивает темы, изначально болезненные для любого государства и руководителя, его представляющего. С целью элиминации конфликтного потенциала своего ответа и предотвращения коммуникативного конфликта интервьюируемый ссылается на некачественный перевод и пытается дать ответ на вопрос в зависимости от собственного понимания интенций интервьюера: «Не очень хороший перевод. Я приблизительно смысл уловил, постараюсь ответить на Ваш вопрос».

В политическом интервью межкультурного уровня переводчик не является той фигурой, которая может восполнить лакунарность элементов системы одного языка, снять этическую и политическую напряжённость во время разговора, перевести диалог в толерантную плоскость. По большей части именно от

некорректного перевода зависит то, в каком русле будет разворачиваться беседа представителей двух культур – по пути кооперативного или деструктивного взаимодействия. Интервьюируемый всегда должен помнить об этом (наши наблюдения показывают, что это происходит именно так) и уточнять непонятные места с апелляцией к личности переводчика. Так, например, во время интервью В.В. Путина (на его посту Председателя Правительства РФ) 8 января 2007 г. индийскому телеканалу «Дурдаршан» и информационному агентству «Пи-Ти-Ай» журналист задал вопрос об успехах России в геологоразведочных работах и об избытке у страны запасов нефти: *«В последнее время Россия добилась заметных успехов, в частности, в геологоразведочных работах, обнаружении новых запасов нефти. Россия обладает избытком этого ресурса, в то время как в Индии высказывается некоторое неудовлетворение тем, как решаются проблемы снабжения нашей страны нефтью. Есть ли у Вас в этом отношении какие-то планы, задумки? В частности, о приобщении индийских компаний к проекту «Сахалин-3», ведь самые большие капиталовложения, сделанные Индией за рубежом, как раз имели место на Сахалине? Предполагаете ли вы дальнейшее участие Индии в инвестициях на Сахалине?»*. При ответе на этот вопрос В.В. Путин использовал тактику уточнения в различных модификациях: поправил самого журналиста, а затем уточнил суть реплики интервьюера через конкретизацию сути перевода: *«Прежде всего **позволю себе Вас поправить**: не думаю, что мы сделали большие успехи с точки зрения проведения геологоразведочных работ. Это как раз является, пожалуй, слабой стороной деятельности российских добывающих компаний и последствием недостаточного внимания государства к геологоразведочным работам. Буквально два-три дня назад я занимался этим вопросом. Мы говорили на эту тему с Председателем Правительства, с руководителями крупнейших компаний, с руководством Правительства и приняли соответствующее решение. **Второе, если был правильный перевод**: Вы сказали, что у нас слишком много полезных ископаемых. Слишком много полезных ископаемых, так же как и денег, не бывает...»*.

Приведённые выше примеры свидетельствуют о том, что от корректной работы переводчика во многом зависит, насколько успешным будет процесс взаимопонимания в политической

коммуникации. Однако последние события на мировой арене заставляют нас задуматься над вопросом об ответственности средств массовой информации в предотвращении конфликтов. По мнению Роналда Ковена [Ковен 2006], деятельность СМИ не лишена промахов и ошибок, но они не ведут систематических кампаний ненависти. Анализ материала показывает, что пресса имеет право на неверное суждение и даже некорректное цитирование мнения политиков. Так, например, иранское студенческое информационное агентство ISNA распространило информацию, согласно которой 2 августа новый президент Ирана Хасан Рухани на праздновании Дня Аль-Кудса (Иерусалима) в Тегеране заявил следующее: *The Zionist regime is a wound that has sat on the body of the Muslim world for years and needs to be removed.* – Сионистский режим – это рана, которая многие годы находится на теле Уммы и которую надо удалить. Такое высказывание «умеренного» политика не могло не вызвать возмущение Израиля. Позднее государственное телевидение Ирана заявило о том, что информационное агентство ISNA дало неверную цитату слов президента страны Хасана Рухани. На самом деле Рухани сказал следующее: *After all, in our region there's been a wound for years on the body of the Muslim world under the shadow of the occupation of the holy land of Palestine and the beloved al-Qods (Jerusalem).* – В конце концов, в нашем регионе многие годы на теле Уммы существует рана под тенью оккупации святой земли Палестины и любимого аль-Кудса.

Таким образом, все участники процесса политической коммуникации не должны забывать о той ответственности, которая лежит на них в плане соответствующего моральным нормам и принципам функционирования современного общества. Не вызывает сомнения тот факт, что каждый из нас имеет право на ошибку. Но не слишком дорогой ценой платят за ошибки те, кто имеет отношение к политике?

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Бродский М. Ю. Политический дискурс и перевод // Политическая лингвистика. № 1 (35). 2011.

Ковен Роналд. Сначала наведите порядок в собственном доме // Индекс / Досье на цензуру. № 24. 2006.

Современные афоризмы: Антология / Сост. В.Тюрин, В.Шойхер. М., 1999.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ**

ФИО: Кошкарлова Наталья Николаевна

*Место работы и должность: Южно-Уральский государственный университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры международных коммуникаций.*

*E-mail: nkoshka@rambler.ru*

*ФИО: Томберг Ольга Витальевна*

*Место работы и должность: Российский государственный профессионально-педагогический университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры германской филологии*

*E-mail: olgatomberg@yandex.ru*

**Е. М. Крижановская**

Пермь (Россия)

## **ОФИЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДВЫБОРНЫЕ ИНТЕРНЕТ-САЙТЫ В. В. ПУТИНА И Г. А. ЗЮГАНОВА: ОПЫТ СРАВНИТЕЛЬНОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

Изменение соотношения политических сил в современной России, появление новых общественно-политических организаций, а также заметная активизация протестного электората (в частности в периоды избирательных кампаний по выборам в Государственную Думу РФ VI созыва и особенно во время выборов Президента Российской Федерации) диктуют необходимость исследования русскоязычного Интернета как новой коммуникативной среды, которая открывает широкие перспективы для взаимодействия с потенциальными избирателями как традиционных властных институтов, так и формирующихся в настоящее время оппозиционных партий и общественных движений. Необходимость изучения интернет-ресурсов политической направленности специалистами разных отраслей современного гуманитарного знания, в том числе и лингвистами, определяется и тем, что, как отмечает Г. Л. Акопов, «политические Интернет-коммуникации способствуют налаживанию диалога власти и общества, публичности и большей открытости в деятельности власти, установлению обратной связи политической элиты с народом, политически активной Интернет-аудиторией» [Акопов 2011: 3].

По-видимому, изучение разных сегментов российского политического дискурса в интернет-общении может способствовать не только выявлению и описанию особенностей политиче-

ской коммуникации в виртуальной среде, но и позволит сформировать представление о характере экспликации различных политических сил в русскоязычном Интернете. Изучение предвыборных интернет-сайтов наиболее известных российских политиков является, на наш взгляд, одним из перспективных направлений исследования официального сегмента виртуальной политической коммуникации. В этом отношении чрезвычайно интересны предвыборные сайты кандидатов на пост Президента Российской Федерации.

В качестве материала данного исследования послужили предвыборные сайты двух наиболее известных и опытных российских политиков – Председателя Правительства РФ (в 2008-2012 гг.) В.В. Путина ([putin2012.ru](http://putin2012.ru)) и лидера КПРФ Г.А. Зюганова ([www.zyuganov.kprf.ru](http://www.zyuganov.kprf.ru)). Изучение предвыборных интернет-ресурсов названных политиков показывает, что в целом сайты организованы однотипно, но с разной степенью детализации тех компонентов содержания, которые кандидат на пост Президента РФ полагает необходимым представить потенциальным избирателям. Так, главные меню анализируемых сайтов, отражая наиболее важные события жизни и общественно-политической деятельности кандидатов, тем не менее несколько отличаются по форме. Наряду с такими достаточно традиционными рубриками, как *Биография* и *События*, на сайте В.В. Путина представлены следующие разделы главного меню: *Программа*, *Опыт*, *Интересы*, *Центр информации* и *Народное мнение*, в то время как главное меню сайта Г.А. Зюганова содержит разделы *Главная*, *Ритм жизни*, *Задайте ваш вопрос*, *Новости*, *Анонсы*, *Книги*. В целом главное меню предвыборного сайта лидера российских коммунистов содержит больше разделов, чем главное меню сайта Председателя Правительства РФ.

Различаются также дизайн и цветовое решение сайтов этих российских политиков. Совершенно очевидно, что сайт Г. А. Зюганова оформлен в соответствии с основной символикой (в том числе цветовой) официального сайта Коммунистической партии РФ. Преобладающим цветом является красный, на главной странице сайта лидера российских коммунистов представлена эмблема КПРФ, есть «иконка», актуализация которой позволяет интернет-пользователю быстро перейти к разделу сайта, который содержит программное предвыборное обращение коммунистической партии к избирателям в период выборов в Государственную Думу

РФ VI созыва. Выдержанный, на наш взгляд, в довольно агрессивной манере дизайн главной страницы сайта лидера коммунистов должен был способствовать убеждению адресата в том, что именно кандидат от КПРФ одержит победу на предстоящих выборах Президента РФ, о чем сами создатели сайта лишней раз напоминают интернет-пользователям на главной странице лозунгом: «*Политика большинства должна побеждать!*» В отличие от сайта лидера коммунистов предвыборный сайт В.В. Путина содержит меньше контента, дизайн выдержан в более спокойных тонах, которые являются, по сути, цветами российского государственного флага (триколора). При этом основной акцент создатели сайта сделали на использование преимущественно аудио-визуальных средств воздействия на интернет-пользователя, поэтому на сайте В.В. Путина фотографии кандидата, его семьи, родственников, фото- и видеотчеты о встречах с избирателями во время многочисленных поездок по нашей стране преобладают над объемом текстового материала.

Изучение главных страниц сайтов показывает, что размещенная на них информация соответствует, по-видимому, определенному стандарту в организации контента предвыборных сайтов в целом, так как главные страницы содержат фотографии и высказывания кандидата, отражающие особенности его убеждений (жизненных принципов) и служащие в качестве своеобразных рекламных слоганов политика; основное меню сайта; гиперссылки, при помощи которых можно актуализировать раздел сайта с текстом предвыборной программы кандидата; ссылки на другие интернет-ресурсы, информирующие избирателя о деятельности политика; лента новостей.

При этом, на наш взгляд, главная страница официального сайта Г.А. Зюганова чрезвычайно насыщена в содержательном отношении, поскольку контент этого интернет-ресурса частично пересекается с информацией, размещенной на официальном сайте КПРФ. По-видимому, тем самым организаторы сайта еще раз пытаются убедить потенциального избирателя в том, что Г.А. Зюганов выражает прежде всего партийные интересы. Главная страница сайта лидеров российских коммунистов состоит из 9 горизонтальных полос, при этом верхнюю половину страницы занимают постоянно сменяющиеся фотографии Г.А. Зюганова, цитаты из его обращений к гражданам России, эмблема КПРФ, а также гиперссылки *Президентская программа*

и *Правительство народного доверия*. Примечательно, что в настоящее время название предвыборной программы Г.А. Зюганова было дополнено сочетанием «Россия – 2017», что свидетельствует о намерении лидера российских коммунистов участвовать в президентских выборах по истечении срока полномочий действующего главы государства.

Третья полоса главной страницы сайта содержит перечисление 7 причин, которые должны заставить российского избирателя отдать свой голос на выборах лидеру КПРФ, а также главное меню сайта. Интересно, что композиция текста «7 причин голосовать за Зюганова» актуализирует в памяти интернет-пользователей, получивших образование в советское время, известное произведение В.И. Ленина «Апрельские тезисы», опубликованного в 1917 году, а по стилистической манере текст современных российских коммунистов сближается со стилем пропагандистского декрета советской власти «Социалистическое отечество в опасности», изданного Советом Народных Комиссаров 21 февраля 1918 года в связи с германским наступлением на фронте. В качестве иллюстрации приведем следующий фрагмент из текста «7 причин голосовать за Зюганова» (правописание оригинала сохранено):

*«Сложившаяся в современной капиталистической России **социально-экономическая и политическая система доказала свою несостоятельность. Огромными ресурсами самой богатой страны в мире распоряжается горстка шайка чиновничье-олигархических паразитов, тогда как народ по сути брошен на произвол судьбы в хаос бандитского капитализма. Нынешняя так называемая элита уже сползлась со своими креслами и капиталами и уже без всякого зазрения совести передает страну и ее ресурсы своим родственникам и знакомым: президент передает государство в руки самовольно назначенного преемника так, как-будто народа это вовсе и не касается, высокие чины рассаживают своих детей и жен на хлебные должности госслужбы и госкорпораций как если бы речь шла об их личных вотчинах.<...> Никто не может чувствовать себя в безопасности и никто не уверен в завтрашнем дне. В России сложилась критическая взрывоопасная ситуация. Сохранение нынешних тенденций в политической и экономической жизни государства грозит обернуться дезинтеграцией страны.**»*

В приведенном выше фрагменте наиболее сильные в эмоциональном отношении, стилистически окрашенные слова и словосочетания (выделены полужирным курсивом – Е. К.) используются авторами для нагнетания у посетителей сайта чувства страха, тревоги за будущее нашей страны, поддерживают у интернет-пользователей напряженное ожидание разрешения изображенной коммунистами сложной политической ситуации.

Однако своеобразным информационным центром главной страницы предвыборного сайта Г. А. Зюганова является 4 полоса, поделенная фотокадрами-«иконками» на 7 разделов и названная создателями сайта *События*. Каждая из таких фотографий-пиктограмм снабжена всплывающими заголовками и подзаголовками: *От первого лица. Выступления, интервью, заявления, комментарии; Мероприятия в рамках предвыборной кампании кандидата в Президенты; Поездки. Посещения регионов России; Дебаты. Зюганов vs остальных кандидатов в президенты; Митинги. За честные выборы! За достойную жизнь!; Пресс-конференции. Ответы на самые важные и актуальные вопросы; Сопратники. Команда Зюганова*. Любопытно, что «иконка» *Сопратники* не актуализируется и не позволяет посетителям сайта узнать о ближайших сторонниках кандидата на пост Президента РФ. Во всех разделах полосы сайта *События* интернет-пользователям предоставлена возможность оставлять свои комментарии по поводу представленных сюжетов, хотя посетители сайта Г. А. Зюганова в основном не пользуются этим способом интерактивного общения с кандидатом.

Полосы второй половины главной страницы сайта Г. А. Зюганова сообщают информацию о биографии кандидата, текущих новостях, главных событиях, связанных с деятельностью политика и часто задаваемых ему на встречах с избирателями вопросах, информируют о книгах, написанных кандидатом; содержат пиктограммы-ссылки на другие интернет-ресурсы прокоммунистической ориентации, в частности на официальные сайты канала «Красная линия», КПРФ, интернет-канала КПРФ ТВ, сайт «Ленинский комсомол» и «Антикоррупционный комитет им. И. В. Сталина».

В сравнении с разветвленной, многоуровневой структурой главной страницы и сайта Г. А. Зюганова в целом главная страница предвыборного интернет-ресурса В. В. Путина организована так, что представленные на ней разделы являются одновременно гиперссылками, дублирующими разделы главного меню

сайта. В связи с этим можно говорить, на наш взгляд, о кольцевой структуре сайта В. В. Путина и, по-видимому, о меньшем количестве уровней структуры анализируемого сайта. На главной странице интернет-ресурса В. В. Путина находятся гиперссылки на такие разделы, как: *Изменим Россию вместе. Предложения В. Путину*; *Личность*; *События*; *Стенограмма*; *Мультискрипт*; *Авторские статьи Путина* и *Центр информации*. Почти все вышеперечисленные разделы дублируют разделы главного меню сайта. При этом на главной странице сайта располагаются неактивные гиперссылки *Под личным контролем* и *Народное мнение* (раздел основного меню), что усложняет получение потенциальным избирателем более полной информации о кандидате. На наш взгляд, в наибольшей степени достижению целей предвыборной борьбы способствуют такие разделы сайта В.В. Путина, как *Личность*, *События* и *Центр информации*. Раздел *События* освещает все мероприятия (их общее количество составляет 387) в период с 27 ноября 2011 года по 5 марта 2012 года, в которых В.В. Путин принял личное участие. Раздел содержит также многочисленные фото-, аудио- и видеоматериалы. В разделе *Личность* содержится информация о биографии кандидата на пост Президента РФ, его опыте работы на различных государственных постах, хобби. В разделе *Центр информации* приводятся федеральные и региональные списки членов предвыборного штаба кандидата, его доверенных лиц. Особенно следует отметить такой раздел сайта В. В. Путина, как *Изменим Россию вместе*, в котором интернет-пользователям предоставлена возможность высказывать свои пожелания (по сути – наказы избирателей) кандидату. Предложения данного раздела структурированы по сферам социально-политической, экономической и культурной жизни российского общества, например: внешняя политика, ЖКХ, здравоохранение, оборона, образование и наука, правоохранительные органы, политическое устройство и мн. др. При этом посетители сайта имеют возможность проголосовать за определенное предложение или против него, для удобства пользователей организована вертикальная полоса прокрутки предложений по темам, а также возможность их сортировки по датам и популярности.

Подводя некоторые предварительные итоги изучения предвыборных сайтов В.В. Путина и Г.А. Зюганова, отметим, что, как нам представляется, различие в организации сайтов

названных политических лидеров (различия в контенте, структуре основного меню, отборе текстовых и аудиоматериалов) во многом обусловлено проявлениями двух основных стратегий, действующих в оффлайновом политическом дискурсе: с одной стороны, стратегии удержания и сохранения власти, а с другой стороны, стратегии борьбы за власть.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Акопов Г. Л. Политические интернет-коммуникации как инновационный фактор в современных политических процессах: автореф. дис. ...докт. полит. наук. Ростов-н/Д., 2001.

#### ***Сведения об авторе***

*ФИО: Крижановская Елена Мечиславовна.*

*Место работы и должность: Пермский государственный национальный исследовательский университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций*

*E-mail: krizh@psu.ru*

#### **И. В. Култышева**

Нижний Тагил, Россия

### **ОСОБЕННОСТИ АРГУМЕНТАЦИИ В. В. ПУТИНА ВО ВРЕМЯ ПРЯМОЙ ЛИНИИ 2013 ГОДА\***

Прямая линия с президентом РФ Владимиром Владимировичем Путиным состоялось 25 апреля 2013 года в Гостином дворе. Эта прямая линия уже одиннадцатая по счету и первая после избрания Владимира Путина в качестве президента РФ. Жители России задавали самые разные вопросы, начиная коррупцией, образованием, тарифов ЖКХ. Она и длилась 4 часа и 48 минут. Число вопросов достигло трёх миллионов, такого не было за всю историю прямых линий.

Во время прямой линии Владимира Путина с россиянами на сайте РИА Новости во второй раз использовался анализатор речи. Компьютер определил, какие темы, слова, эмоции и географические названия преобладали в речи главы государства.

Слова, эмоции, темы и географические объекты, которые чаще всего звучали в речи президента Владимира Путина, отображались в режиме реального времени в ходе трансляции прямой линии 25 апреля на сайте РИА Новости. Самыми попу-

---

\* Работа выполнена в рамках гранта Президента для поддержки молодых ученых: МК-2720.2013.6 «Убеждение и доказательство в современном политическом дискурсе».

© Култышева И. В., 2013

лярными словами в этом году стали «человек», «должен», «нужный», а главными темами – «регионы России», «государственное управление», «экономика», «доходы населения».

Во время прямой линии с Владимиром Путиным 25 апреля россияне поставили абсолютный рекорд по вопросам президенту. Граждане успели задать главе государства около 1 млн 750 тыс. вопросов, отправить свыше 300 тыс. СМС и около 200 тыс. электронных писем.

В момент начала беседы Путина с населением в студию поступило свыше 3,5 тыс. звонков.

Прямая линия с президентом – это политический диалог, форма коммуникативного взаимодействия, которое осуществляется при помощи языковых средств, которые имеют политический смысл и направленность на осуществление поиска политической позиции, согласование намерений, выявление взаимных интересов. Текст политического диалога – аргументативный дискурс, который состоит из высказываний, которые были выдвинуты в защиту одной или нескольких точек зрения. Это позволяет произвести процесс аргументации и политического диалога. Россиянам, следившим за общением президента Владимира Путина с гражданами во время прямой линии 25 апреля, диалог показался интересным, о чем свидетельствуют данные опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения.

Рассмотрим типичные виды аргументации президента РФ Путина В. В. в ходе прямой линии.

**Прямая-косвенная аргументация.** Нами проанализировано 15 произвольных ответов В. В. Путина во время прямой линии, 14 из которых построены по типу прямой аргументации. Лишь один пример по типу косвенной аргументации.

*При прямой аргументации* первоначально формулируется тезис, затем фактологические аргументы, из которых по логическим правилам следует вывод:

1. *В. В. Путин: (Тезис) В целом демографическая ситуация улучшается.*

*(Аргументы)*

1. *У нас рекордные показатели по рождаемости.*

2. *Несколько ухудшилась ситуация по снижению смертности*

*(Вывод) В целом демографическая ситуация развивается позитивно.*

*Косвенное доказательство* использует отрицание доказываемого положения, оно является доказательством от противного:

*В. В. Путин: Разделяю вашу точку зрения по поводу того, что спрос со всех уровней власти должен быть жёстким.*

*(Аргументы)*

1. *Правительство не работает ещё и года, года не прошло.*

2. *Претензий накопилось немало*

3. *Это колоссальный объём ответственности и работы.*

*(Вывод) Нужна ли такая кадровая чехарда, не знаю. Скорее это принесёт больше вреда, чем пользы.*

Следует заметить, что косвенное доказательство – незаменимый инструмент научного исследования, но оно, на наш взгляд, не всегда удачный способ аргументации для политического дискурса.

**Нисходящая – восходящая аргументация.** Нами проанализировано 15 произвольных ответов В. В. Путина во время прямой линии, 12 из которых построены по типу восходящей аргументации. 3 примера по типу нисходящей аргументации.

Исследователи, занимающиеся проблемами аргументации, пишут: «Одно дело найти аргументы, наиболее подходящие для убеждения, другое – использовать их с максимальной эффективностью» [Волков 2009: 264]. В. П. Москвин приходит к выводу: «Убедительность аргументов определяется не числом доводов, а их силой и последовательностью. Именно поэтому доводы в процессе аргументации располагаются не как попало, а по определенным аргументационным схемам» [Москвин 2008: 176]. И. А. Стернин признает, что нисходящий или восходящий способ аргументации является ключевым критерием в построении правильной, логически грамотной убеждающей речи [Стернин 1996: 61].

При восходящей аргументации (кульминационной) сила аргументации усиливается с каждым последующим аргументом:

*По поводу того, чья рука. Не знаю по поводу рук, ног и других частей тела, но обращаю Ваше внимание на то, что не прошло много времени после того, как я вернулся к должности Верховного Главнокомандующего, как эти дела были возбуждены.*

*И я думаю, что само по себе понятно, что никто не мешал их возбуждать, если не сказать больше, что правоохранительным органам не было указано на то, что там есть проблемы.*

*И это расследование идёт объективно и будет доведено до конца. И объективно будет сделан вывод о том, кто виноват, а кто не виноват, если виноват, то в чём.*

*И будет принята соответствующая мера, предусмотренная законом.*

Восходящая аргументация эффективна в подготовленной, заинтересованной аудитории. Она дает более сильный эффект в тех случаях, если политическая идея, которую надо обосновать, сложна и если проблема для аудитории не является полностью решенной.

Суть нисходящей аргументации заключается в том, что вначале приводится наиболее сильный аргумент, затем сила аргументов ослабевает. Данную модель отдельные исследователи (Москвин, Стернин) называют антикульминационной:

*1. Есть ли здесь перегибы – вы слышали мою позицию по поводу, скажем, дела по «Оборонсервису»: только суд может определить, есть вина человека или нет. Поэтому, надеюсь, что никаких перегибов не будет. Безусловно, есть злоупотребления в самой правоохранительной системе. Это всегда было и, к сожалению, пока есть. И то, о чём Виктор Николаевич сказал, что некоторые сидят за решёткой, может быть, не совсем обоснованно, с этим тоже нужно разбираться в каждом конкретном случае.*

*2. Зарплата и доходы граждан выросли не только благодаря повышению денежного довольствия военнослужащих и военных пенсионеров, но и в экономике в целом. Вот это первое. Мы дважды проиндексировали пенсии – в феврале и в апреле. И пенсия по старости впервые перешагнула рубеж в 10 тысяч рублей. Мы, как и договаривались, сразу же после мая прошлого года вышли на очень важное решение с точки зрения поддержки темпов демографии, а именно: наряду с материнским капиталом мы ввели ещё оплату за рождение третьего ребёнка в демографически сложных регионах. И такие выплаты начались. У нас повышены стипендии студентам, как мы и договаривались, сделан ещё ряд положительных шагов в социальной сфере.*

**Односторонняя – двусторонняя аргументация.** Нами проанализировано 15 произвольных ответов В. В. Путина во

время прямой линии, все из них построены по типу односторонней аргументации.

**Односторонняя** аргументация предполагает наличие всех аргументов только или в поддержку заявленного тезиса, или против него:

*Начало дискуссии было какое у нас: у вас плохо это, это, это. Да, плохо, а что надо сделать? Не надо так повышать заработную плату, слишком большими темпами. Не надо. Но пускай тогда скажут об этом народу. Пенсионный возраст надо повысить, говорят. Ну, скажите тогда. Да, трудно решить проблемы сбалансированности пенсионной системы, это очень сложная экономическая и социальная проблема. Давайте предложите, что вы хотите сделать. Просто так языком трепать каждый горазд. Сделать чего предлагаете?*

Данный способ аргументации эффективен для укрепления мнения людей, уже имеющих взгляды и установки на ту или иную реалию. Как отмечают исследователи, подобная аргументация убедительно воздействует на людей малообразованных, не склонных к дополнительному анализу.

Таким образом, проведенный анализ показал, что во время прямой линии преобладала прямая аргументация, восходящая, односторонняя.

PR-специалисту необходимо знать логические схемы аргументации для написания убеждающих речей. В настоящий момент времени, прямая линия президента достаточно часто оказывается в фокусе внимания представителей разных научных дисциплин – политологи, социологи, психологи, лингвисты, исследователи массовой коммуникации, журналистики.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

- Волков А. А. Теория риторической аргументации. М.: Моск. ун-т, 2009. 398 с.  
Москвин В. П. Аргументативная риторика: теоретический курс для филологов. Ростов-н/Д. : Феникс, 2008. 637 с.  
Руженцева Н. Б. Аргументация в политических PR-жанрах // Политическая лингвистика. 2004. № 13. С. 67–75.

Стернин И. А. Практическая риторика. Воронеж, 1996. 141 с.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Култышева Ирина Владимировна*

*Должность и мест работы: Нижнетагильская государственная социально-гуманитарная академия, кандидат филологических наук, доцент кафедры связей с общественностью и рекламы*

*E-mail: chur-irina@yandex.ru*

**С. Л. Кушнерук**  
Челябинск (Россия)

## **ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ТЕКСТОВЫХ МИРОВ В РУССКОЯЗЫЧНОЙ И АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЕ<sup>1</sup>**

Лавинообразный поток коммерчески-ориентированной информации ежедневно обрушивается на людей, прививая культуру потребления. Выраженная направленность рекламы на достижение коммерческих целей реализуется в соответствующем дискурсе. Рекламный дискурс – это институциональный тип общения, ориентированный на продвижение товаров и услуг на рынке, пропагандирующий определенные ценности и стиль жизни. Несмотря на то, что его изучению посвящено поистине несчётное количество разноплановых публикаций (Т. Г. Добросклонская, А. В. Жирков, Е. Н. Зарецкая, В. В. Зирка, Е. Ю. Ильинова, В. И. Карасик, Т. Н. Колокольцева, Л. А. Кочетова, И. В. Крюкова, А. В. Олянич, П. Б. Паршин, Ю. К. Пирогова, Г. Г. Почепцов, Г. Г. Слышкин, Е. А. Терпугова, В. В. Ученова, В. И. Шаховский, Л. А. Шестак, Е. В. Якимович и др.), специфика мира рекламного дискурса как ментального конструкта, формирующегося на основе внешнего и внутреннего контекстов, требует отдельного рассмотрения. Под **миром** понимается мыслительная структура представления дискурса, создаваемая в интегративной совокупности актов рекламного взаимодействия, включающая элементы контекстуального и текстуального характера.

Рекламный дискурс, стоящий перед мысленным взором интерпретатора, предлагается рассмотреть с позиции двух взаимодополняющих уровней – дискурсивного и текстового миров. Они являются когнитивными конструктами, формирующими концептуальные репрезентации разных сторон действительности. Если дискурсивный мир – это контекст ситуации вокруг речевого события, то текстовый мир – это когнитивный коррелят знания, активируемого текстом в употреблении (когнитивное содержание, стоящее за языковыми формами). В настоящей работе делаем акцент на специфике функционального развития текстовых миров (П. Верт, Д. Гевинс, Л. Идальго Даунинг, Е. Семино) в русскоязычных и англоязычных слоганах.

---

<sup>1</sup> Работа выполнена в рамках государственного задания Министерства образования и науки РФ (проект 6.2985.2011 - «Политическая метафорология»)

Рекламный слоган, созданный в дискурсе, обладает высокой степенью семантической компрессии и является важным средством привлечения потенциального потребителя. Его функция предзадана коммерческой целью, которая должна быть максимально эффективно реализована в рекламном произведении с помощью осознанного выбора агентом (отправителем) вербально-семиотических знаков. Интерпретируя рекламное сообщение, клиент (адресат) погружается в текстовый мир, отражающий то или иное положение дел. Пользуясь этим фактом, агент почти незаметно может навязать свое мнение клиенту, заставить его конструировать ментальные репрезентации, которые, предположительно наиболее эффективно, должны стимулировать действия в пользу приобретения товара или услуги. Моделируемый текстовый мир выступает когнитивной основой для выполнения клиентом последующих действий.

Текстовый мир рассматривается как некоторое семиотическое пространство, определяемое дейктиками, которые являются его *конструктивными элементами*, а также *пропозициями, обеспечивающими функциональное развитие* (в зарубежной традиции, например, Werth 1999, Gavins 2007, принят термин *function-advancing propositions*). Рекламное произведение содержит пропозиции, которые, как представляется, должны наилучшим образом способствовать решению задач, стоящих перед рекламистами-профессионалами. Пропозиции определяют динамику дискурса и обеспечивают его функциональное продвижение. К ним относятся действия, события, аргументы, а также любые утверждения о сущностях, населяющих текстовый мир [Gavins 2007: 59–61].

Анализируя материал, мы придерживаемся идеи функциональной грамматики и считаем, что внешний опыт прототипически концептуализируется через действия и события, которые отражаются в грамматике предложения. Развитие текстовых миров связывается с *процессами* [Halliday 1985, 1994] как семантическими категориями, которые в общем виде объясняют, как феномены рекламы представлены языковыми структурами. Процесс, по М. Халлидею, включает три компонента: 1) собственно процесс как развитие явления или закономерная смена состояний; 2) участники процесса; 3) обстоятельства, ассоциируемые с процессом [Halliday 1994: 106–107].

Формируемое отношение к предмету рекламы согласуется с устоявшимися коллективными нормами и стереотипами, уже сформулированными культурой. В этой связи характеристика и сопоставление пропозициональной составляющей русскоязычных и англоязычных слоганов, передающих рекламную идею в концентрированном виде, вызывает особый интерес. В качестве источников привлекались слоганы товарной категории «Общепит» (137 единиц: 63 русскоязычных, 74 англоязычных).

1. **Реляционные процессы** (55% англоязычных слоганов, 60% – русскоязычных), устанавливающие отношения между рекламируемым объектом и его признаками, оказываются самыми востребованными в сопоставляемых дискурсах.

А) Рекламируемому заведению часто приписывается набор черт, отличающих его от других. Это **реляционные усилительные процессы** идентифицирующей разновидности. Так, в англоязычной рекламе заведения общепита чаще всего позиционируются с точки зрения следующих регулярно встречающихся характеристик: Ср.: обстановка, еда, напиток: *Rock Bottom. Good friends. Great food. Great beer*, еда, обстановка: *Sir Walter Raleigh. Good food. Good cheer. Good times*; *Ham's Restaurant. A good time*. Кредит доверия к заведению в русскоязычной рекламе создается посредством указания на аспекты психологического комфорта и традиционность. Ср.: *Один из самых маленьких и уютных ресторанов Москвы!*; *Душевно и по-русски*; *Сбарро. Хорошая традиция*; *Голицын. Настоящий русский ресторан*. В англоязычных слоганах прямо или косвенно подчеркиваются достоинства еды: *Summer Shack. Food is love*; *The Plum Tomato. "Food so good... it's addictive!"*; *Life is too short for average food*; *Good food... Good feelings*. Нередко акцентируется профессионализм сотрудников: *Domino's. The pizza delivery experts*; *Moorea. Cool cook*. В сопоставимых контекстах русских слоганов, принято скорее говорить не о еде/пище (food), а о кухне (о подборе кушаний) или вкусе как свойстве пищи, от которой нужно получать удовольствие. Ср.: *Премиум кухня по демократичной цене!*; *Бульвар. Все краски авторской кухни*; *100% китайская кухня*; *Дерзко острый вкус*; *Скандинавия. Вкус Швеции – вкус хорошей жизни*; *Бенихана. Аттракцион вкусов!*; *Му-му. Вкусно по-домашнему!*

Б) **Реляционные обстоятельственные процессы** акцентируют отношения времени, места, образа действия, причины, роли и др. между объектами. Довольно часто характеризуется место в целом: *Penguin Point. The people pleasing place*; *Chili's Grill & Bar*.

*Like no place else; Thai Orchid. The place to be for Thai food.* Русскоязычные слоганы: *Уютное место для душевных встреч; Три товарища. Лучшее место для встреч; У нас всегда пятница!; Здесь вкусно и не грустно!; McDonald's. Здесь хорошо всегда.*

В) **Реляционные притяжательные процессы** подчеркивают принадлежность. Ср.: *Yours truly restaurant. For AM & PM people; Sveden House. Food for the entire family; Carolina Wings. Food & fun for everyone. Большая порция вашего удовольствия; Грильяж. Для тех, кто в шоколаде.*

2. **Материальные процессы** (20% англоязычных слоганов, 16% – русскоязычных) представлены событийными предикатами, которые обозначают конкретные (механические) действия, которые отправитель призывает совершить для использования рекламируемого продукта или услуги. Ср.: *Eat. Drink. Lounge. Lenox (ресторан «Lenox»); Una Mas. Get more of what you really want; IHOP Restaurant. Come hungry. Leave happy. В русском языке материальные процессы чаще всего оформляются личными и безличными глаголами прошедшего совершенного, будущего простого и настоящего времени. Ср.: *Съешь, сколько сможешь!; Попробуй Италию на вкус (итальянский ресторан); Мы делаем жизнь вкуснее! (доставка обедов); Мы создаем для вас праздник; Мы разбудим вас ароматными сырниками.**

3. **Ментальные процессы** (12% англоязычных слоганов, 8% – русскоязычных) передают чувства, размышления, восприятие. Предполагается, что есть тот, кто воспринимает, и то, что воспринимается. Воспринимающим может выступать адресат: *White Castle. What you crave (фаст-фуд ресторан); McDonalds. I'm loving it; отправитель: We love to see you smile; Русскоязычные примеры: *McDonalds. Вот, что я люблю; Почувствуйте себя бриллиантом в золотой оправе (ресторан «Золотой»); Переверните представление о ланче.**

4. **Смешанные процессы** (13% англоязычных слоганов, 16% – русскоязычных). Такие слоганы полипропозитивны, то есть включают несколько пропозиций, актуализирующие процессы разного типа, которые komponуются в общее значение. Ср.: *What you want is what you get; Make people happy, have some fun and be number 1!. Русскоязычные примеры: *Кто попробует, тот полюбит! (доставка пиццы); Моспицца не для всех – попробуй лучше!; Неважно, где работаешь. Важно, где отдыхаешь!**

В зависимости от коммуникативной цели рекламист может «запускать» разные процессы, фокусируя внимание на статических и динамических характеристиках рекламируемого продукта или ситуации, описывающей его свойства. Общим для российских и зарубежных специалистов является установление семантики слоганов через активацию реляционных, материальных, ментальных процессов при ведущей роли отношений, связывающих рекламируемый объект с конкретными признаками. В англоязычных примерах акцент делается на рекламе услуги как таковой, реализуемой как указание на утилитарные, телеологические, а также сенсорно-вкусовые свойства. В отечественной рекламе часто имплицитно простижается престижность. Создание и поддержание понятного клиентам образа рекламируемого объекта, утверждение его репутации осуществляется за счет психологических характеристик.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Gavins, J. The Text World Theory: An Introduction. – Edinburgh University Press, 2007. – 193 p.

Halliday, M. A. K. An Introduction to Functional Grammar. – London: Edward Arnold, 1994. – 439 p.

Semino, E. Language and World Creation in Poems and Other Texts. – Longman: London and New York, 1997. – 273 p.

Stockwell, P. Cognitive Poetics: An Introduction. – London: Routledge, 2002. – 193 p.

Werth, P. Text Worlds: Representing Conceptual Space in Discourse. – London: Longman, 1999. – 390 p.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Кушнерук Светлана Леонидовна*

*Должность и место работы: Челябинский государственный педагогический университет, кандидат филологических наук, доцент*

*E-mail: svetlana\_kush@mail.ru*

**Л. А. Мардиева**

Казань (Россия)

### **АКТУАЛИЗАЦИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ И СЛУХОВЫХ ОЩУЩЕНИЙ ЧИТАТЕЛЕЙ ТЕКСТОВ СМИ В МАНИПУЛЯТИВНЫХ ЦЕЛЯХ**

Говоря о психосоциальной модели знака как инструменте анализа лексических единиц текста СМИ [подробнее см.: Мар-

диева 2012], мы обратили внимание на явление «обнажения» слова, или актуализацию полюса знака слова; нами были описаны те случаи, когда журналист намеренно останавливает сознание читателей на внешней звуковой оболочке слова [Мардиева 2013]. Рассмотрим это явление с позиции текста, для чего обратим внимание на статью «Чэй нэвеста?», опубликованной в «Российской газете» под рубрикой «Мигранты» (2013. 28 февр.). В заголовочной номинации публикации журналист Ю. Снегирев при помощи графических средств восстанавливает не характерную для русского произношения твердость согласных в позиции перед гласными переднего ряда (а также подчеркивает не свойственную литературной форме русского языка твердость согласного [ч']), моделируя таким образом у читателей иллюзию восприятия звучащей речи, что усиливается вопросной формой заголовка, предполагающей соответствующие просодические характеристики высказывания. Воссозданный графическими средствами акустический облик заголовка-высказывания приводит к семантическим приращениям, предполагаемая реакция читателей: «Так не говорят по-русски. Так говорят те, кто с Кавказа. Чужие». Основное содержание статьи раскрывает подзаголовок: «Девушку украли в горах Азербайджана, а отношения выясняли в другом государстве, в Петербурге. Почему?». В лиде уточняется: «Жителям питерского района Купчино на прошлой неделе посчастливилось наблюдать красивый древний горский обычай похищение невесты. И не только наблюдать, но даже участвовать в нем. Правда, в качестве пострадавших». Всё содержание текста может быть сведено к мифологической оппозиции «мы – они», «свои – чужие» (см. таблицу).

Параметры сравнения	Они (чужие)	Мы (свои)
Слуховые впечатления (образы)	<b>У них непривычные для русского слуха имена:</b> главного героя зовут <i>Махарат Атакишев</i> , виновницу происшествия – <i>Эльгон</i> , ее жениха – <i>Эльсавар Тагиев</i> , друзья Эльсавара и родственники – <i>Вугар</i> , <i>Мобил</i> . Всех мигрантов журналист устами одного из своих персонажей называет <i>равшанами-джумицатами</i> . Их	Все имена-топонимы «родные», ласкают слух: <i>Петербург</i> , <i>Питер</i> , <i>ул. Софийская в Купчино</i> , <i>Апраксин двор</i> и т.д. (т.е. мы, как пишет журналист, «у себя дома, на Юго-Западе!»); <b>привычное с позиции перцепции акустического облика</b> имя персонажа: <i>Андрей Исавев</i> .

	<p>Родина – это село <i>Ирмашлы</i> Шамкирского района Азербайджана, эта номинация также «режет слух». <b>Вся их речь «режет слух»:</b> «В 7 часов вечера парковку возле ресторана «Чистые пруды» огласили <i>гортанные крики на азербайджанском</i> и пальба». <b>Они коверкают русские слова:</b> «<i>Дэвушка, а дэвушка!</i>».</p>	
<p>Образы визуального (зрительно воспринимаемого) поведения</p>	<p><b>Они агрессивны и опасны:</b> «В самый вечерний час пик, когда граждане возвращаются с работы, началась самая крупная этническая «разборка» питерской современности. В драке участвовали до 40 человек. <i>В ход шли ножи, травматические пистолеты и охотничьи ружья.</i> Когда оружия не хватало, <i>в ход двинулись машины – ими так легко давить наступающего противника.</i></p> <p><b>Они кровожадны:</b> «То, что Андрей Исаев называет юридическим языком массовой дракой, было на самом деле страшной резней. До сих пор двое участников с обеих сторон находятся в тяжелом состоянии в больницах. <i>На них буквально нет живого места. Черепно-мозговые травмы. Множественные ножевые ранения. Повреждены желудки и другие органы.</i> Шамкирцы бились насмерть. <i>Резали друга друга отточенным ударом в живот, снизу вверх. Так убивали янычары</i>»; «Ах, не знала влюбленная парочка, чем закончится по-</p>	<p><b>Мы – жертва их агрессии:</b> «Молодая пара М. <i>получила заряд дробы прямо в лицо.</i> Как глаза не пострадали, остается загадкой. Клянусь, ничего не сделали! <i>Только мимо проходили.</i> Когда у машины семьи П. сработала сигнализация, потому что в нее со всей дури <i>врезался на своей иномарке молодой Мобил Тагиев</i> (ну сдали у папана нервы – начал людей давить). <i>Отец и сын П. спустились на улицу. И тут же получили множественные удары по голове.</i> А не суйся, когда иностранцы разбираются!».</p> <p><b>Они оскорбляют наших девушек:</b> «У моего приятеля, сорокалетнего бизнесмена, дочь-студентка. Как-то подошла она к нему и ввела в ступор: - Папа, купи мне паранджу. Или платок. Какой? Мусульманский. Ты ведь ездишь по Эмиратам. И чтоб расцветочка модная. – Зачем, доча???</p> <p>Оказалось, если молодая красивая девушка идет по столичной улице без платка, то она рискует быть если не</p>

	<p>хищение сосватанной невесты. Не знала, что кунаки влюбленных джигитов <i>будут выпускать друг другу кишки в колыбели революции</i>».</p> <p>Подпись под фотографией: «На съемке с камер наблюдения хорошо видно, как готовятся к бою азербайджанцы. Когда не хватало оружия, они забегали на кухню ресторана «Чистые пруды» за тесаками».</p>	<p>украденной молодыми джигитами на «Феррари» и «Бентли», то оскорбленной грязными словами. А в платке она за мусульманку сойдет. К ней уже совсем другое отношение: сестра, чем могу тебе помочь?</p> <p>– Сереж! – обращаюсь я к своему приятелю. – А не сошел ли ты с ума? Родную дочь кутать в хиджаб! У себя дома, на Юго-Западе!</p> <p>– Ты не поверишь, поехал я с ней к торговому центру. Сам остался в машине. Она пошла к входу. Два раза за 100 метров к ней пристали. Купил я ей платок от Гермес. Жалобы прекратились»;</p> <p>«Поговорил на улице с петербурженками. Молодая студентка Маша С. (фамилию по ее просьбе не называю) пожаловалась:</p> <p>– Раньше Купчино был наркоманским районом. Тут и квартиру дешевле было снять из-за этого. Правда, по улицам вечерами ходить было опасно. Наркоши и телефон могли отнять, и сумочку. Сейчас наркоши куда-то подевались. Вместо них на улице кавказцы. Пройти и вечером, и днем просто невозможно. «Дэвушка, а дэвушка!» Я уж юбки не ношу. Только джинсы. Все равно пристают. Зовут покататься на своих ржавых иномарках. Когда отшиваешь, б... называют. И никого не стесняются».</p>
--	--	---

Событийная канва (полюс денотата образа текста) отражена вроде бы даже документально, если бы не оценочные сло-

ва (*разборка, резня, со всей дури врезался на своей иномарке, начал людей давить* и др.) и сравнения (*так убивали янычары*), некоторые яркие детали (см. в таблице выделенные курсивом фрагменты).

Текст рассчитан в первую очередь на слуховое восприятие, точнее мысленное восстановление определенных перцептивных моделей. Для достижения указанной цели в ткань журналистского текста вводятся «голоса» (монологи) потерпевших (см. в таблице описание действий «своих» в подзаголовке «Они оскорбляют наших девушек») и «чужих». Речевые действия «чужих» представлены скупко, это фраза, вынесенная в заголовок, и обращение «*Дэвушка, а Дэвушка!*». Указанные высказывания не привязаны к какому-нибудь конкретному персонажу, они наделены обобщенной семантикой 'так говорят все «они», что лишний раз подтверждает правоту Э.В.Чепкиной [2000: 152]: «Злодеи как текстовые персонажи часто бесплотны, они – смутные тени, растворяющиеся при попытке рассмотреть их получше». Звуковые впечатления (образы) рождаются и на основании используемых журналистом непривычных для русского слуха иноязычных имен (см. в таблице), экзотизмов (*джигит, акын, калым*), варваризмов (*кунак*) и приобретающего в данном контексте оценочную коннотацию определения *гортанные (крики)*. Визуальные образы (представленные в том числе и на фотографии) репрезентируются не столь ярко. На первый взгляд и описание действий «своих» в подзаголовке «Они оскорбляют наших девушек» строится на диалогических вкраплениях (рассчитанных на восстановление акустических образов), однако в результате подключения воображения и механизмов памяти возникает эффект сценичности, когда читатель на основании отдельных вербально выраженных штрихов восстанавливает в сознании всю картину происходящего и превращается не только в слушателя, но и в наблюдателя.

Текст построен на эксплуатации базовой мифологической оппозиции, основанной на этнических установках «мы» – «они», а миф, как говорил А.Ф.Лосев, – это чувственное бытие. Перцептивные составляющие текста не предполагают рационально-логического осмысления описываемой ситуации, они рассчитаны на возбуждение ассоциативно-образного мышления и соответствующих ему холистических стратегий переработки информации. Здесь нет промежуточных красок, всё только черное и

белое. Фрагменты реальной действительности, предстающие, благодаря стараниям журналиста, в виде отдельных «сценок», предполагают вполне определенную эмоциональную реакцию на «услышанное» и почти что «увиденное»: неприятие чужих (выступающих в роли субъектов действий), жалость по отношению к «своим» (занимающих позицию объектов). В основе формирования указанной оппозиции лежит описательная стратегия «мы не такие, как ОНИ», которая, по мнению Э.В.Чепкиной [2000, 156], является риторическим средством установления общности автора с читателем. Легкую иронию в начале статьи (*джигит* Махарат Атакишев, *прелестница* Эльгон), сменяет открыто выражаемая пейоративная оценка: «Нет, они не работали коммобниками, не таскали ящики с гнильем. Они занимались коммерцией. Привезли товар, разгрузили, отпустили, деньги пересчитали – и в ресторан "Чистые пруды"...». «...А что, собственно говоря, делают тут граждане других государств?» – вот ключевой смысл всего журналистского произведения.

Рассматриваемый текст укладывается в апробированную схему, а его заражающая сила в том, что он рассчитан на чувственное восприятие. На основании слуховых и зрительных репрезентаций читатель ощущает всю гамму «мифических настроений» (А.Ф.Лосев), по своей оценочной направленности прямо противоположных по отношению к «чужим» и к «своим». При помощи статистических данных, отдельных фактов (завершающих текст) чувственно сопереживаемое закрепляется в долговременной памяти и встраивается в социальную картину мира индивида.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Мардиева Л. А. Психосоциальная модель знака// Филология и культура. Philology and Culture. 2012. № 2 (28). С. 76-79.

Мардиева Л. А. Психосоциальная модель знака как инструмент анализа лексических единиц текстов СМИ // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы : Мат-лы. Междунар. научно-практ. конф. 26-27 апр. 2013 / Научн. ред. И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. – М.: Academia, 2013. С. 242-251.

Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995-2000). Екатеринбург: Урал. ун-т, 2000. 279 с.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Мардиева Ляйля Агьдасовна*

*Место работы и должность: кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и методики преподавания, Казанский федеральный университет*

*E-mail: layka66@mail.ru*

**А. В. Михайлов**  
Красноярск (Россия)

## **ЭКСПЛИКАЦИЯ СМЫСЛОВОГО ПОЛЯ ЖИЗНЕННЫХ ИНТЕРЕСОВ ГОСУДАРСТВА**

Выдающийся филолог О. Н. Трубочев высказал мысль, которую можно трактовать по-разному: «...ни одна подлинно великая страна не кончается там, где кончается ее территория. Феномен этот в мировой практике известен, но признается охотно не во всех случаях» [Трубочев 2005: 4]. Профессор О.Н. Трубочев говорил про Россию и ее географических соседей по бывшему Советскому Союзу, но обобщение в данном случае более чем уместно.

Образ государств, уподобляющихся осьминогам или похожим на них существам, тянущим свои щупальца вовне, притягивающим лакомые кусочки, затягивающим в себя и пожирающим их, возник в эпоху империй. Однако рефлексия по поводу способности государства распространять свое влияние на окрестности появилась, видимо, с империями, т.е. достаточно давно. В описании государственных корпораций, т.е. государств, сравниваемых с семьей, базирующихся на принципе фратрии (=большой семьи в этнографическом смысле), а далее формирующих патерналистский тип государства, лежит принцип ядерно-периферийного подхода. Некое ядро (например, ядерная нация, коренной народ) распространяет свое влияние на территории вокруг, которые рассматриваются как родственные, но менее ядерные, ср. *Малая Польша ~ Великая Польша*, «*Великая Россия*» ~ «*Малая Россия*» и т.п.

Профессор О. Н. Трубочев указывает на то, что по аналогии с принятой в Византии модели, согласно которой «малой» называлась центральная, исконная часть страны, а «великой» — земли более позднего заселения (ср. *Parva Graecia* «Малая Греция» и *Magna Graecia* «Великая Греция», т. е. Греция с колониями, Малая и Великая Македония, где Малой Македонией называли столицу Александра Македонского, город Пелла на территории современной Греции, а «Великой» все завоеванные им земли, Малая Польша — регион вокруг первой столицы Кракова — и Великая Польша, польск. Wielkopolska, т.е. все земли

Польши). Так и название «Малая Русь» возникло как противопоставление уже устоявшемуся названию «Великая Русь», которое относилось к более северным землям и означало «внешняя», «новая» Русь [Трубачев 2005: 86].

Государство распространяет свое влияние на близлежащие территории, что выражается в понятиях «интерес» (экономический, политический, военный), «сфера интересов», «зона влияния», «стратегическое пространство», «Lebensraum», «жизненное пространство», «сфера жизненных интересов» и т.д.

Политологический подход к определению понятия «интерес» близок к философскому, он также рассматривает групповые интересы как основу формирования общества. В самом общем плане политические интересы осознаются и направляются посредством деятельности на реализацию потребностей больших групп людей. Основой политической интересов выступает социальный опыт. Он обрабатывается посредством сложнейших социально-идентификационных механизмов, превращаясь, в частности, в политическую идеологию [Юрина 2012].

Как полагает О. М. Михайленок, понятие «национальный интерес страны» в России появилось в начале 90-х годов XX века. По мере того, как менялась конфигурация мировой политики, тема национальных интересов стала занимать все более заметное место в государстве [Михайленок 2008: 263].

Национальные интересы толкуются как «интересы национальной общности или группы, объединенной специфическими связями и взаимоотношениями генетической и культурной гомогенности. Национальные интересы воплощаются в стремлении представителей одной национальности к кооперации и объединению на основе общности культуры, выражающейся в языке, семейных, религиозных, моральных традициях и обычаях, способах рекреации, политических системах и поведении» [Санжаревский 2010].

В 1996 году термин «национальные интересы России» получил закрепление в Послании Президента России Федеральному собранию, интерпретируясь как «основа стратегических задач внутренней и внешней политики страны», а также «интегрированное выражение жизненно важных интересов личности, общества, государства», но словосочетание еще звучит по-другому — «новые внешнеполитические интересы России» [Послание 1996: 2].

В Концепции национальной безопасности России 1997-2000 гг. с изменениями 2009 г. развернута система национальных интересов России в экономике, во внутривнутриполитической, международной, оборонной и информационной сферах, в социальной, духовной жизни и культуре. Таким образом, категория «национальные интересы» является основополагающим, методологически важным понятием государственной политики, обеспечивающим понимание важнейших ориентиров развития страны. По сравнению с используемыми в политической практике понятиями «государственные интересы», «жизненно важные интересы» она шире, так как ассоциируется с масштабом нации-государства или страны в целом [Михайленок 2008: 263].

Национальные интересы любой страны – это своеобразный мост между жизненно важными потребностями и ценностями нации и ее стратегическими целями, реализуемыми в государственной политике и способствующими благу нации-государства. Они приводят в движение нацию, задают этому движению направленность на выживание, обеспечивают оптимальное функционирование суверенного государства и целостной общественной системы, а также их прогрессивное развитие [Стратегия... 2009: 2].

Как полагают составители обзора жизненных интересов России в начале XXI века, «в отличие от всех участников “сражения” за влияние на пространствах СНГ, для России вопрос сохранения Содружества как суверенного, реального и быстро наращивающего экономический потенциал объединения — это вопрос “качества субъектности” в мире XXI века. Россия как лидер СНГ или Россия, окруженная сателлитами США, — это принципиально разные сценарии» [Сфера... 2004]. Баланс сил между крупнейшими странами в мире важен, и может быть, еще важнее соблюдение риторического баланса. Как пишет современный американский исследователь вопроса Д. Данн, «к нему [пакту Молотова – Риббентропа 1939 года — А.М.] прилагался секретный неопубликованный протокол, в соответствии с которым отдельные территории Восточной Европы были поделены между Москвой и Берлином. Он [посол США в СССР Л. Штейнгарт — А.М.] уведомлял, что Эстония, Литва, Восточная Польша и Бессарабия *считаются областями жизненных интересов Советского Союза*» [Данн 2004: 155]. Представления о масштабе территорий, на которые распространяется влияние

государства, может меняться, ср.: «Сталин послал в ноябре 1940 г. Молотова в Берлин с требованием, чтобы нацисты... согласились на то, чтобы Финляндия, Болгария и Дарданеллы *относятся к советской сфере влияния*» [Данн 2004: 186–187].

Национальные интересы России обусловлены потребностями выживания, безопасности и развития страны, а также ценностями исторического и культурного наследия, российского образа жизни, устремлениями и стимулами деятельности субъектов государственной политики, служащих приумножению национальной мощи (экономической, научно-технической, духовной, военной), а также повышению благосостояния граждан [Михайленок 2008: 263]. В описании государства, обладающего «интересами» (и — далее — потребностями, телесностью, разумом, метафорическое начало оплодотворяет дальнейшее развитие сочетаемости: «конфликт межгосударственных интересов», «пересечение сфер влияния», «брать под опеку» [напр., малые народы], «включать в свою орбиту» и т.д.

Жизненные интересы государств определяются в балансе взаимодействий внутренних элит, других государств, не всегда сопредельных, в связи со стратегиями, часто окрашенными личностными характеристиками руководителей стран, и их важной чертой является необходимость их экспликации различными средствами, включая риторику, дипломатику, военные, экономические, культурные средства. Существенную роль играет и прецедент: если русский щит некогда был прибит на ворота Царьграда, то Царьград навсегда остается в зоне жизненных интересов России, отсюда и идея «Третьего Рима», и претензии на Дарданеллы, и устремления России на Ближний Восток, включая Сирию, которая перед концом Первой мировой войны едва ли не отошла России, если бы не революции и гражданская война, см. воспоминания министра иностранных дел С.Д. Сазонова [Сазонов 2002]. Но главное — понятие «интересов» цементирует нацию в единое целое.

#### ЛИТЕРАТУРА

Бойцова В. Европейский союз: расширение на восток // *Общественные науки и современность*. 2002. № 2. С. 78–86.

Данн Д. Между Рузвельтом и Сталиным. Американские послы в Москве. — М.: Три квадрата, 2004. 472 с.

Концепция внешней политики Российской Федерации // *Российская газета*. 2000. 11 июля. № 133. С. 2–4.

Концепция национальной безопасности Российской Федерации от 10 января 2000 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. 2000. № 2. Ст. 170.

Михайленок О.М. Россия в глобализирующемся мире: поиски координат // Россия в глобальных процессах: поиски и перспективы / Отв. ред. М. К. Горшков. М.: Ин-т социологии РАН, 2008. С. 263-273.

Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 23.02.1996 // Российская газета. 1996. 27 февраля. № 39. С. 2-3.

Сазонов С. Д. Воспоминания. Мн.: Харвест, 2002. 368 с.

Санжаревский И. И. Политическая наука: словарь-справочник. Тамбов, 2010. URL: [http://polit-gloss.narod.ru/01\\_b.htm](http://polit-gloss.narod.ru/01_b.htm)

Указ Президента Российской Федерации от 12 мая 2009 г. № 537 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года» // Российская газета. 2009. 19 мая. № 4912.

Сфера жизненных интересов России (материал подготовлен Информационным агентством «Маркетинг и Консалтинг» // Российская Федерация сегодня. 2004. № 8. URL: [http://www.russia-today.ru/old/archive/2004/no\\_08/08\\_analysis.htm](http://www.russia-today.ru/old/archive/2004/no_08/08_analysis.htm)

Трубачев О. Н. В поисках единства: взгляд филолога на проблему истоков Руси. – М.: Наука, 2005. 286 с.

Юрина И.А. Источники формирования и ресурсная база групп интересов в регионах России. URL: <http://www.политуправление.рф/архив/2012/02/Yurina.pdf>

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Михайлов Алексей Валерианович*

*Место работы и должность: Сибирский государственный аэрокосмический университет им. акад. М. Ф. Решетнева, кандидат филологических наук, доцент кафедры общественных связей*

*E-mail: ta.rada@mail.ru*

#### **Т. В. Михайлова**

Красноярск (Россия)

### **ОБРАЗ РУССКОГО ЦАРЯ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ КОНЦА XV – НАЧАЛА XVII ВВ. (К ЭВОЛЮЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ СМЫСЛОВ)**

Образы правителей государства имеют большую символическую ценность в политическом дискурсе. Это тем более так, если речь идёт о самодержавном правлении. Царь, король, император в восприятии различных социальных групп олицетворяет и саму страну, и её территорию, и её народ.

Период второй половины XV в. – начала XVII в. является важной вехой в эволюции представлений русского общества о власти. Идеиную атмосферу русского социума этого времени отличала сосредоточенность мыслителей и книжников на вопросах политики. Центральным пунктом всей тогдашней полемики, борьбы школ и течений было отношение к государству. Представители самых разных социальных групп связывали свое будущее с тем или иным идеалом государственности, по-разному осмысливая не только сущность верховной власти, но и место в ее структуре церкви, духовной иерархии.

Как известно, в древнерусские тексты лексема «царь» пришла из церковнославянских текстов, где она в первую очередь обозначала Бога — царя небес. Кроме того, так назывались библейские ветхозаветные правители. Что касается применения царского титула к русским князьям, то в киевский период оно имело случайный характер. Совсем другое отношение к этому титулу наблюдается во времена московского царства. Под воздействием разных факторов постепенно складывается представление о царе как самодержавном правителе, т. е. как о правителе независимого государства. После Куликовского сражения власть ордынского царя постепенно перестает восприниматься как бесспорная.

В это время русская публицистика и осознаёт необходимость в создании вдохновляющего образа русского царя. Период правления Ивана III был связан с чувством надежды на полную независимость от монголо-татар и потому полон энтузиазма. Однако во время известного исторического эпизода «стояния на Угре» русский правитель всячески оттягивал столкновение с татарами. Ростовский архиепископ, активный борец за церковное и государственное единение Руси, Вассиан Рыло убеждал Ивана III идти на битву с татарами, так как это был его прямой долг перед Отечеством. Этими обстоятельствами и было вызвано появление текста «Послания на Угру» Вассиана.

Автор Послания, убеждая великого князя выступить против Ахмата, одновременно создавал в тексте идеальный образ правителя Русской земли. Образ, созданный в тексте, должен был каузировать Ивана III совершить должный поступок. Положительная оценка Ивана III, конструируемая Вассианом Рыло, в большой мере является «авансируемой», она «опережает» реальное положение дел. Уже пышная титуляция Ивана III в начале Послания показывает, какими понятиями оперирует автор: *богоизбранность*, *бо-*

*гоустановленность* великокняжеской власти: «... Благоверному и христоролюбивому, благородному и богомъ венчанному, богомъ утвержденному, в благочьстии вся вьселеня вьсиавьшууму, наипаче же въ царехъ прсветлеишему и преславному государю великому князю Ивану Васильевичу вся Руси, богомолец твои, господине, архиепископъ Васианъ Ростовьскии, благословляя и челомъ бью...» (ПВУ, с. 522). (Здесь и далее текст «Послания» цитируется по изданию 1982 г. в серии «Памятники литературы Древней Руси» ПВУ, при цитировании используется сокращение ПВУ, страницы указываются по изданию. — Т.М.).

Среди большого количества способов, вдохновляющих властителя, можно отметить следующие.

*1. Включение адресата в положительно оцениваемую группу актантов—участников описываемой ситуации.*

Автор производит классификацию *актантов* сложившейся ситуации, и по одну сторону оказываются православные деятели, а по другую — «безбожные варвары». Среди православных Вассиан выделяет две группы антагонистов. Первая группа — те, кто уверен в обязанности князя «*крепко стояти* за благочьстивую нашу православную и *оборонити* свое отчество от бесерменьства» (ПВУ, с. 522), вторая же — лъстецы, считающие, что князю надо отступить, «*духъ, еже лъстивыхъ, шепчуще во ухо твоеи державе, еже предати христианство, никакo же послушавшу, обещавшу ти ся*» (ПВУ, с. 522).

Автор приписывает этим групповым субъектам предикаты, которые суть квалификации с точки зрения добра и зла, хорошего и плохого. При помощи такой классификации событий Вассиан убеждает князя принять нужное решение. Квалифицируя и оценивая события, автор конструирует такую картину мира, когда государь уже никак не может прислушаться к группе бояр, рекомендовавших ему отступить. Если он православный, то он оказывается вынужденным отнести себя лишь к первой группе лиц. Для того, чтобы это произошло, Вассиан употребляет «нравственные» императивы: «...Токмо *мужайся* и *кrepися*, о духовный сыну, яко же добрыи воинь Христовъ...» (ПВУ, с. 522).

*2. Религиозно-символическое кодирование «земных» событий.*

Этот способ речевого воздействия связан с субстанциальным типом текста, существующим в древнерусском публицистическом дискурсе, когда за текстом закрепляются свойства самого изображаемого предмета [Матхаузерова 1976: 21]. Восприятие

Слова как откровения превращает цитирование из Священного Писания не просто в риторический приём, но и в реально ощути- мую для древнерусского книжника возможность подключиться к сфере Божественного, Высшего и связать героев земной, «сиюми- нутной» ситуации с событиями и героями Вечной истории: «По Евангельскому великому Господню словеси: ты еси *пастырь* до- брыи, *душу свою полагает за овця*, а *наемник* несть, иже пастырь ему же не суть *овця* своя. Видит *волка* грядуща, и оставляет *овця* и *бегаёт*; и *волк расхитит и распудит*. А *наимник* же *бежить*, яко *наимник* есть, и *не радить* о овцяхъ...» (ПВУ, с. 524).

Евангельский текст здесь, как видим, также включает в се- бя квалификацию двух групповых субъектов-антагонистов: «пас- тырь добрыи» и «наимник». Автор Послания идентифицирует евангельский расклад событий со своим миром, где соотноше- ния довольно прозрачны: князь=‘пастырь добрыи’, а «стадо овец»=‘народ русский’. Этот же способ публицист использует для выстраивания отрицательно-оценочного контекста при опи- сании хана Ахмата («Окаанному мысленному *волку*, еже глаго- лю, *страшливому Ахмату*») (ПВУ, с. 524)).

Деонтическая модальность текста направлена на созда- ние имплицитного императива « выступи против врага », то есть «соответствуй образу истинного князя». Итак, Послание — это текст, насыщенный оценочными высказываниями. Автор использует оценку «в боевых целях», создавая образ христороби- вого князя, отважно выступающего против врага православных. Важно, однако, что эта оценка не вполне соответствует действи- тельности. Такую оценку можно назвать «опережающей» и «вдохновляющей». В конце своего Послания для усиления эф- фекта императива автор создаёт картины радости и веселья после предполагаемой победы православной державы. Иными словами, моделирует положительный результат, если каузация будет адресатом осуществлена.

Перспективный образ властителя православного государ- ства создавался и в более поздний период московского царства. Но, пожалуй, среди нескольких текстов данного периода, моде- лирующих должный, необходимый для нового русского государ- ства образ царя, можно выделить сочинения И. С. Пересветова.

Автор создаёт проект будущего русского царства, в котором гармонично сочетаются православная вера со справедливым госу- дарственным устройством. А для того, чтобы не было сомнений в

реализации такого идеала, в тексте приводятся предсказания из авторитетных источников: «Ино ныне на то *надеются*, что пишут *мудрыя философи и дохтуры* о благоверном царе и великом князе Иване Васильевиче всеа Русии, что он *будет* мудръ и *введет* правду во свое царство» (БЧ, с. 602). (Большая челобитная Ивана Пересветова цитируется по изданию в серии «Памятники литературы Древней Руси» 1964 года. — Т.М.).

Будущее время в данном тексте сочетается с обязательной модальностью, тем самым создавая у читателя уверенность, что так и будет. Такое «будущее обязательное» имеет ряд маркеров в тексте и способствует созданию «вдохновляющего» эффекта на адресата.

Образ царя в русской публицистике московского периода имел и другие политические смыслы и, соответственно, и другие типы дискурса. В споре между стяжателями и нестяжателями царь был символом разных типов православной государственности, основанных на различном соотношении «священства» и «царства». Позднее полемический дискурс, где образ царя является семантической доминантой, представлен в переписке Ивана Грозного и Андрея Курбского. В них также обсуждаются два различных типа православной государственности, но все оценочные экспликации строятся на ретроспективном материале. События прошедшего послужили примерами «должного» и «недолжного» типа власти с двух разных точек зрения. В публицистических же текстах начала XVII века, посвящённых описанию Смутного времени, ретроспективный план презентации образа царя отвечает другим задачам. Аргументация легитимного способа прихода к власти предполагает наличие контекстов с системой прошедших времён. Обсуждение таких тем, как черты истинного/неистинного царя, приход к власти царя-самозванца, ошибки и прегрешения подданных во время правления «ложного» царя создаёт своеобразный ретроспективный «оправдательный» дискурс, направленный на поиск причин, вызвавших приход смутных времён. «Истинный» царь, благой правитель воспринимается книжниками как необходимое условие процветания православного государства.

#### ЛИТЕРАТУРА

Матхаузерова С. Древнерусские теории искусства слова. Praha, 1976. 146 s. (Acta Universitatis Carolinae Philologica: Monographie; T. 63).

Пересветов И. С. Большая челобитная // Памятники литературы Древней Руси. Конец XV – первая половина XVI века. – М.: Художественная литература, 1984. С. 602—625.

Послание на Угру Вассиана Рыло // Памятники литературы Древней Руси. Вторая половина XV века. – М.: Художественная литература, 1982. С. 522-537.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Михайлова Татьяна Витальевна*

*Место работы и должность: кандидат филологических наук, доцент кафедры общественных связей, Сибирский государственный аэрокосмический университет им. акад. М. Ф. Решетнева*

*E-mail: ta.rada@mail.ru*

**Т. И. Мицук**

Москва (Россия)

**СОВЕТСКОЕ МИФОТВОРЧЕСТВО:  
ОБРАЗ КОММУНИСТИЧЕСКОГО БУДУЩЕГО  
В СОВЕТСКОЙ ПРОПАГАНДЕ  
НАЧАЛА 60-70Х ГГ. XX ВЕКА**

Человечество всегда жило мифами. И российское общество не исключение. Русский философ Н. А. Бердяев писал: «Помимо мифов, которые уходят в глубину прошлого, различные исторические эпохи насыщены элементами мифотворчества. Каждая великая историческая эпоха, даже и в новой истории человечества, столь неблагоприятной для мифологии, насыщена мифами, – так, например, великая французская революция, которая была недавно, при ярком свете рационалистического дня. История о ней насыщена мифами, был создан миф о великой французской революции» [Бердяев 1990: 18]. В мифы верили, поэтому они существовали. В них верили безоговорочно, и они долгое время господствовали в сознании человека. Миф существует только тогда, когда в него верят и верят массово. Если миф перестает восприниматься как реальность, он перестает существовать.

Один из устойчивых советских мифов – миф о коммунистическом будущем. Он существовал довольно долго, но в конечном итоге развалился, как картонный домик, именно после того, когда перестал восприниматься массовым сознанием как реальность.

Разумеется, концепт «коммунистическое будущее» является неотъемлемой частью советской пропаганды. Когда он воз-

ник, как изменялся и почему разрушился – на эти вопросы попробуем ответить в данной работе. Представления о «коммунистическом будущем» встречаются уже в работах Ленина и Сталина: коммунистическое общество – это общество без частной собственности, в нем есть только собственность коллективная; государственная власть – это свободная ассоциация трудящихся; народное хозяйство базируется на высшей технике; город и деревня тождественны между собой; продукты будут распределяться по принципу «от каждого по способностям, каждому по потребностям»; наука и искусство достигнут полного расцвета; личность, свободная от забот о куске хлеба, станет действительно свободной [Сталин: 134].

Советское мифотворчество – это часть советской пропаганды. Каким именно было представление о коммунистическом будущем в 60-70 годы XX века?

Источником анализа пропаганды послужили стенографический отчет о XXII съезде КПСС (а именно Доклад товарища Н.С. Хрущева «О программе Коммунистической партии Советского Союза» на XXII съезде КПСС) и некоторые речи Л.И. Брежнева 1960-х гг.

Цель данной пропаганды заключалась в том, чтобы заставить общество поверить в возможность построения коммунизма в Советском Союзе.

Наибольший интерес для исследования представляет XX съезд КПСС, получивший определение среди участников как «съезд строителей коммунизма» [Хрущев 1962: 148]. Советским людям он запомнился тем, что именно на нем было объявлено, что «Нынешнее поколение советских людей будет жить при коммунизме!». Первый секретарь ЦК КПСС Н.С. Хрущев заявил также в своем отчете, что «теперь наша страна идет к новым высотам – высотам коммунизма» [Хрущев 1962: 148]. В своем докладе, в котором была отражена дальнейшая программа КПСС, Хрущев отмечал, что «главный итог деятельности партии и народа – это полная и окончательная победа социализма в СССР» [Хрущев 1962: 148]. Доклад Хрущева «О программе Коммунистической партии Советского Союза» можно считать ядром съезда, потому что именно в нем сформулированы основные этапы построения коммунизма. Программу же партии он определяет следующим образом: «Программу КПСС можно сравнить с трехступенчатой ракетой. Первая ступень – вырвала

нашу страну из капиталистического мира, вторая подняла ее к социализму, а третья – призвана вывести ее на орбиту коммунизма. Это замечательная ракета, товарищи» [Хрущев 1962: 154]. Параллель с ракетой не случайна – XX съезд состоялся в октябре 1961 года, в то время как за полгода до этого 12 апреля 1961 года первый человек в мире – Юрий Гагарин – совершил полет в космос.

Итак, что такое коммунизм? Согласно докладу Хрущева, это «бесклассовый общественный строй с единой общенародной собственностью на средства производства, полным социальным равенством всех членов общества, где вместе с всесторонним развитием людей вырастут и производительные силы на основе постоянно развивающейся науки и техники, все источники общественного богатства польются полным потоком и осуществится великий принцип «от каждого по способностям – каждому по потребностям». Коммунизм – это высокоорганизованное общество свободных и сознательных тружеников, в котором утвердится общественное самоуправление, труд на благо общества станет для всех первой жизненной потребностью, осознанной необходимостью, способности каждого будут применяться с наибольшей пользой для народа» [Хрущев 1962: 165].

Помимо довольно бессодержательных, наполненных мелиоративной лексикой определений, как то «Коммунизм – вековая мечта человечества. Трудящиеся массы верили, что на смену рабству и зависимости, произволу и нищете, ожесточенной борьбе за кусок хлеба и войнам между народами придет общество, где будут царствовать Мир, Труд, Свобода, Равенство, Братство», нацеленных на построение мифа о коммунистическом будущем, присутствуют и конкретные, даже четкие перспективы построения коммунизма в СССР в экономической, политической и социальной областях.

В экономической сфере «будет создана материально-техническая база коммунизма» [Хрущев 1962: 167], которая заключалась в достижении первого места по производству продукции на душу населения, обеспечении «самого высокого в мире жизненного уровня народа» [Хрущев 1962: 167] и создании «условий для достижения изобилия материальных и культурных благ» [Хрущев 1962: 167].

В политической сфере предполагалось обеспечить «широчайшее развитие социалистической демократии» [Хрущев

1962: 167], которое позволит подготовить население к «полному осуществлению принципов коммунистического самоуправления» [Хрущев 1962: 167].

В социальной сфере для построения коммунистического общества необходимо было окончательно ликвидировать оставшиеся еще различия между классами, между городом и деревней, между физическим и умственным трудом [Хрущев 1962: 167].

При этом Хрущев отмечал, что в стране есть все, чтобы построить коммунизм в ближайшие двадцать лет. «Величественные, поистине захватывающие планы» [Хрущев 1962: 173] действительно впечатляют: продолжение сплошной электрификации страны, рост химической, топливной, металлургической промышленности, развитие сельского хозяйства и т.д. Таким образом, одной из черт строящегося коммунизма становится высокий технократизм советского общества.

Возможно, ошибка властей заключалась в том, что был обозначен конкретный срок, по истечении которого планировалось достичь желанного коммунистического будущего: мечта должна быть неопределенной и не иметь конкретных временных рамок своего воплощения в действительность. Вербализация и обозначение конкретного года прихода к коммунизму своей нереальностью посеяло сомнение в обществе. Возможно, именно поэтому советский миф о возможности построения коммунистического будущего «в отдельно взятом государстве» начал разрушаться – люди стали сомневаться в его неопровержимости и непогрешимости. Однако «можно утверждать, что и истоки образа будущего лежат в экономических данных, только не предполагаемого будущего, а прошлого. Постановка конкретных сроков построения основ коммунизма не может быть – объяснена только желанием политической верхушки мобилизовать население. III Программа была основана на реальном положении дел в стране и мире и не являлась, таким образом, продуктом политической фантазии или новым витком утопизма, основанным на том, что руководству виделось. Скорее, следует согласиться с мыслью Н. Барсукова о том, что в основу «коммунистических иллюзий» Н.С. Хрущева легло пролонгирование достигнутых к концу 50-х гг. темпов роста производства на 10 и 20 лет вперед» [Фокин 2007: 55-56].

Еще одной из черт коммунизма в представлении Н. С. Хрущева становится создание нового человека не только в

физическом («Коммунизм принесет дальнейшее увеличение продолжительности жизни и станет явью мечта поэта: «Лет до ста расти нам без старости»» (Н. С. Хрущев приводит строки из поэмы «Хорошо!» (1927) Владимира Владимировича Маяковского. – Прим. Т. М.)), но и в моральном смысле: новый человек коммунистического будущего должен быть предан интересам коммунизма, т.е. «новый человек – это, в первую очередь, коммунист, и если интересы коммунизма вступают в противоречие с интересами Родины, то надо выбирать в пользу коммунизма» [Фокин 2007: 79].

В чем могла возникнуть проблема, когда Хрущев говорил о «развернутом строительстве коммунизма» в своем докладе «О программе Коммунистической партии Советского Союза» на XXII съезде КПСС? Помимо того, что построение коммунизма – это миф и утопия? Наверное, проблема заключается в том, что коммунизм понимался всеми по-разному. Образно говоря, возникла та же самая проблема, которая встала перед людьми, которые, согласно библейскому преданию, строили Вавилонскую башню до небес, чтобы достичь уровня Бога, и бог прервал их замысел, разделив их единый язык на множество новых – и люди перестали понимать друг друга. Можно сказать, что то же самое было и во время строительства коммунизма, поскольку понятие «коммунизм» в официальном дискурсе имело множество дефиниций. Это и формация, и вторая фаза. Но на XXII съезде определения коммунизма, по сути, было еще разделено – на коммунизм «в основном» и «полный» коммунизм. Можно это представить схематически:



Возможно, причина несостоятельности мифа о коммунистическом будущем заключалась в том, что люди говорили об одних вещах, но на разных языках, или же на одном языке, но о разных вещах.

Как мы знаем из истории, коммунизм так и не был построен, ни через десять лет после XXII съезда, ни через двадцать, как было обещано. Наоборот, через некоторое время концепция была изменена, и на смену идее строительства коммунизма пришла идея «закрепления достигнутых высот», получившая наименование «развитой социализм».

«Никита Хрущев оставил в наследство Леониду Брежневу чудовищную идеологическую проблему, которую было необходимо решать ради сохранения существующего строя» [Павлов]. И Брежнев нашел решение: сам ли или с помощью своих коллег он создал концепцию «развитого социализма», определяемую им как «как такой этап «зрелости» нового общества, когда завершается реструктуризация совокупности общественных отношений, проводимая на принципах коллективизма, присущих социализму» [Павлов]. Возникло еще одно деление внутри уже разделенного множество раз определения:



А. В. Павлов отмечает тенденцию к дроблению уже имеющих этапов построения коммунистического общества от Маркса до Брежнева: «Маркс писал, главным образом, о двух периодах построения общества всеобщей справедливости, которые должны были следовать за пролетарской революцией: 1) первая фаза, в рамках которой «новое общество во всех отношениях: в экономическом, нравственном и умственном, сохраняет еще родимые пятна старого общества, из недр которого оно вышло» («Критика Готской программы»); 2) более высокий и последний уровень – само коммунистическое общество. Ленин предвидел три периода развития идеального общества от большевистской революции до окончательного построения коммунизма: 1) переход от капитализма к социализму, во время которого диктатура пролетариата должна заложить основы социализма; 2) собственно социализм – более высокий переходный этап и наконец 3) коммунизм – бесклассовое и безгосударственное общество. Брежневские идеологи писали уже о четырех периодах: 1) переходный этап, который Советский

Союз прошел примерно с 1917 до 1936 г.; 2) общество, заложившее основы социализма и занявшееся построением «развитого социализма»; 3) «развитой социализм», до которого Советский Союз смог «развиться» в течение 1960-х гг.; 4) коммунизм – величайшая цель советского общества» [Павлов].

Но что в это время происходило с образом коммунизма? Изменился ли он с приходом к власти Брежнева?

В речи «Ленинским курсом – к победе коммунизма!» Брежнев отмечал, что коммунизм невозможен без творчества, что отсутствует в речах Хрущева: «Создание материально-технической базы коммунизма, становление коммунистических общественных отношений, всесторонний расцвет человеческой личности невозможны без всемерного подъема творческой инициативы масс, без развития социалистической демократии» [Брежнев]. Таким образом, получается, что постепенно концепт «энтузиазм» заменяется концептом «всемерный подъем творческой инициативы масс» [Брежнев]. Коммунизм, по Брежневу, должны строить энергичные, инициативные и сознательные граждане [Брежнев], при этом большую роль играет «массовое соревнование, широкое народное движение за коммунистическое отношение к труду» [Брежнев] – это «могучая сила, ускоряющая развитие нашей страны к коммунизму» [Брежнев].

Судя по речам Брежнева за период 1964–1967 гг., представленным в первом томе сборника «Ленинским курсом», образ коммунизма не имеет четкой формы, как в речах Хрущева. Коммунизм предстает как продукт деятельности советского народа: «советский народ – творец коммунизма!» [Брежнев], но при этом не имеет четких экономических, социальных и политических признаков. Возможно, это происходило потому, что в памяти людей еще жило представление о коммунизме в интерпретации Хрущева и у многих еще теплилась надежда на его достижение к 1980 году. Понятие «развитой социализм» появилось в 1970-е годы, когда для многих очевидной невозможность этого глобального исторического шага.

Ошибку, допущенную Хрущевым, попробовали исправить: «Пришедшее на смену политическое руководство страны скорректировало курс на строительство коммунизма: не отказываясь от идеи построения коммунизма, оно подвергло ревизии конкретные сроки. Если раньше предполагалось, что развитие социализма завершилось и наступает перерождение социализма в коммунизм, то в конце 60-х годов концепция «развернутого

строительства коммунизма» была заменена концепцией «развитого социализма», причем развитый социализм выносился на первый план, а построение коммунизма вновь переводилось в плоскость задач будущего» [Фокин 2007: 41].

Как мы можем теперь сказать, советское мифотворчество оказалось неэффективным. Советская пропаганда, создавшая концепт «коммунистическое будущее» и дававшая ему различные определения, в целом сводящиеся к девизу «догнать и перегнать», не достигла своей конечной цели: людям в конечном итоге надоело жить иллюзией и мечтой о несбыточном коммунистическом Эдеме, постепенно они переставали верить в миф, искусно создаваемый советским правительством. И миф перестал существовать. М.К. Мамардашвили писал: «Миф, ритуал и т.д. отличаются от философии и науки тем, что мир мифа и ритуала есть такой мир, в котором нет непонятого, нет проблем». Советское правительство пыталось сконструировать представление об обществе, в котором не было проблем и все было понятно, общество, в котором одно вытекало из другого, подчиненное логике господствующей идеологии. Именно на решение этой задачи и была нацелена пропаганда образа коммунистического будущего.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Бердяев Н. А. Смысл истории. – М.: Мысль, 1990. – 173 с.

Брежнев Л. И. Ленинским курсом. Т.1. URL: (<http://brezhnev.su/1/>).

Проверено 24.12.2012.

Доклад товарища Н. С. Хрущева «О программе Коммунистической партии Советского Союза» // КПСС. Съезд 22-й, М., 1961. Стенографический отчет. Т.1. М., 1962.

Мамардашвили М. К. Необходимость себя. Введение в философию М.: Лабиринт. 1996. 154 с.

Павлов А. В. Развитый социализм против коммунизма // Политический журнал: URL: <http://www.politjournal.ru/index.php?action=Articles&dirid=67&tek=6524&issue=183>). Проверено 30.11.2012.

Сталин И. В. Беседа с первой американской рабочей делегацией 9 сентября 1937 г. // Соч. Т. 10.

Фокин А. А. Образы коммунистического будущего у власти и населения СССР на рубеже 50-60-х гг. XX века: Дисс. канд. ист. наук / Челябинский государственный университет. – Челябинск, 2007. 218 с.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО:* Мицук Татьяна Ильинична

*Место работы и должность:* Институт образования НИУ «Высшая школа экономики», лаборант Департамента исследований и разработок

*E-mail:* [tatyana-mitsuk@yandex.ru](mailto:tatyana-mitsuk@yandex.ru)

**Е. А. Нахимова**  
Екатеринбург (Россия)

## **КОРПУСНАЯ МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ\***

Прецедентными называются имена собственные, которые используются в тексте не столько для обозначения конкретного человека (ситуации, города, организации и др.), сколько в качестве своего рода культурного знака, символа определенных качеств, событий, судеб [Гудков 2003: 108]. Ведущие признаки прецедентности имени – это его широкая известность и распространенность метафорического использования без специального пояснения истоков метафоричности [Нахимова 2011]. С учетом общекогнитивного принципа «фамильного сходства» в качестве дополнительных признаков прецедентности целесообразно учитывать также иные показатели, в том числе графические (написание со строчной буквы), пунктуационные (использование кавычек), морфологические (образование форм множественного числа), сочетаемостные, деривационные и иные признаки.

В самых различных лингвокультурных сообществах английский король *Ричард Львиное Сердце* символизирует воинскую доблесть, *Генрих VIII Синяя Борода* – жестокость к возлюбленным, а французские *Людовики* – абсолютное самовластие. Полководческие таланты символизируют *Гай Юлия Цезарь* и *Наполеон Бонапарт*, безмерную жестокость – римские императоры *Нерон* и *Калигула*. Для русского национального сознания многое значат прецедентные имена *Дмитрий Донской*, *Иван Грозный*, *Петр Великий*, *Екатерина Великая*, *Александр I*, *Николай II*, которого одни называют *Кровавым*, а другие – *Святым*. В последние годы количество прецедентных концептов, используемых в средствах массовой коммуникации, заметно расширяется, растет и частотность их использования, что связано, в частности, с особенностями постмодернистской парадигмы, так характерной для современной коммуникативной ситуации.

Прецедентные имена – это важная часть национальной культуры и языковой картины мира, яркий показатель специфики

---

\* Работа выполнена при поддержке РГНФ: проект 11-04-00327а – Политическая коммуникация: общие закономерности и национальная специфика.

© Нахимова Е. А., 2013

народного самосознания, рефлексии нации на собственную историю и культуру. Одновременно это эффективное средство этической, эстетической, утилитарной, нормативной, эмоциональной, интеллектуальной оценки наших современников при помощи их сопоставления с людьми, которые жили в иных исторических условиях, или с героями художественных произведений.

Использование корпусной методологии при исследовании прецедентных имен, связанных с историей того или иного народа, имеет существенную специфику, которая связана со значительной исторической изменчивостью их арсенала и тенденцией к низкой частотности.

При корпусном подходе лингвистические исследования должны основываться на данных больших массивов естественного языка, а не на отдельных (часто придуманных лингвистами) примерах. В соответствии со сложившейся научной традицией лингвистическим (текстовым) корпусом называется совокупность текстов, которые прошли необходимую компьютерную обработку: размечены по определенной схеме и обеспечены поисковой системой, позволяющей легко выявлять те или иные лингвистические феномены [Баранов 2001; Национальный корпус русского языка 2005; Плунгян 2005; Будаев 2011; CorpusLinguistics 2005 и др.]. При рассмотрении прецедентных имен корпус должен позволять обнаруживать разнообразные контексты, в которых использованы соответствующие имена, и быть максимально объемным.

Подробный анализ разнонаправленной эволюции корпусной лингвистики во второй половине XX – начале XXI века представлен в ряде специальных работ [Баранов 2001; Национальный корпус русского языка 2005; CorpusLinguistics 2005 и др.]. В указанных обзорах показано, что современной лингвистике используется несколько противопоставлений для описания различных типов корпусов:

- специализированные корпуса, в которых представлены только тексты, принадлежащие к определенному стилю, сфере коммуникации, автору (группе авторов), дискурсу, и сбалансированные корпуса, где представлены источники, относящиеся к различным функциональным стилям, жанрам, дискурсам, которые используются для получения выводов о языке в целом;

- полнотекстовые, включающие полные тексты, и неполнотекстовые (отрывочные)

корпусы включающие только определенное количество слов из текста и тем самым обеспечивающие количественное равенство долей из разных текстов;

– открытые (пополняемые) корпусы и закрытые (непополняемые) корпусы;

С точки зрения корпусной лингвистики, создание и использование корпуса представляет собой новую стратегию не только в качестве «метода, подчеркивающего значимость реальных фактов языка, но и в качестве теории, позволяющей по-новому взглянуть на природу ранее сформулированных положений» (Гвишиани, Герви 2001: 49). Использование корпуса позволяет, с одной стороны, привлечь для исследования максимально объемный материал, а с другой – статистически точно описать особенности тех или иных феноменов в составе корпуса, отчетливо разделить типичное и единичное, малочастотное и, возможно, случайное.

Выбор для того или иного исследования типа корпуса зависит от целого ряда факторов, которые подразделяются на организационные (поставленные задачи, существование возможности пользоваться соответствующим корпусом, наличие соответствующей компьютерной базы, потребность в специализированном или сбалансированном корпусе и др.) и лингвистические (высокая, средняя или низкая частотность слов, которые будут анализироваться, вероятность омонимии и степень многозначности и др.).

Современные русскоязычные корпусные исследования обычно базируются на материалах «Национального корпуса русского языка» (далее НКРЯ), объем которого составляет около 150 миллионов словоупотреблений и который доступен любому пользователю в Интернете по адресу [ruscorpora.ru](http://ruscorpora.ru).

Следует, однако, отметить, что поскольку имена собственные часто относятся к числу относительно малочастотных слов, то материалы указанного корпуса иногда не позволяют сделать достаточно обоснованные выводы. Поэтому возникает необходимость использовать дополнительные источники, которыми могут стать, в частности, интернет-архивы ряда российских СМИ. В специальных исследованиях подобные корпусы называются оппортунистическими (приспособленными), тогда как специально созданные лингвистические корпусы именуются представительскими.

При использовании корпусной методологии для исследования прецедентности необходимо выделить следующие свойства изучаемого прецедентного имени:

– высокая, средняя или низкая частотность, свидетельствующая о роли соответствующего концепта в национальном сознании;

– многополюсность (потенциал для акцентирования различных личностных и политических качеств) или однополюсность (возможность акцентирования лишь одного качества),

– преобладание негативной или позитивной оценки, а также типичность безоценочного использования,

– широкие, средние или минимальные возможности для коннотативного использования,

– использование преимущественно в одном виде дискурса (например, в политическом) или же типичность для различных видов дискурса,

– принадлежность к центральной зоне поля прецедентности или же к ее периферии.

Именно использование корпусной методологии дает возможность для точного определения каждого из перечисленных параметров. Учитывая малую частотность многих рассмотренных имен властителей, оказалось необходимым использовать специализированный многомиллионный оппортунистический корпус.

#### ЛИТЕРАТУРА

Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику / А. Н. Баранов. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.

Будаев Э. В. Сопоставительная политическая метафорология: автореф. дис. докт... филол. наук. – Екатеринбург, 2010. – 51 с.

Гвишиани Н. Б., Герви, О. Ю. Корпусная лингвистика и грамматика речи // Вестник МГУ. Филология. – 2001. – № 2.

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

Нахимова Е. А. Прецедентные онимы в современной российской массовой коммуникации: теория и методика дискурсивного анализа. Екатеринбург, 2011.

Национальный корпус русского языка: 2003–2005. Результаты и перспективы. – М., 2005.

Плунгян В. А. Зачем нужен национальный корпус русского языка? Неформальное введение // Национальный корпус русского языка: 2003–2005. Результаты и перспективы. – М., 2005.

Corpus Linguistics: Readings in a Widening Discipline // Ed. by D. McCarthy, G. Sampson. – London : Continuum, 2005. – 524 p.

## **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Нахимова Елена Анатольевна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, доктор филологических наук, доцент*

*E-mail: nakhimova@gmail.com*

**К. П. Огнева**

Нижний Тагил (Россия)

## **СПЕЦИФИКА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПОЗДРАВЛЕНИЯХ ГУБЕРНАТОРОВ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ\***

Буквально все от директора небольшой фирмы до президента страны должны уделять внимания своим подчиненным. Это можно сделать при помощи личных встреч, обращений и поздравлений, но в отличие от небольшой фирмы, где руководитель имеет возможность напрямую общаться с работниками в силу их немногочисленности, главам больших корпораций, городов, регионов и стран приходится прибегать к использованию СМИ. Несмотря на то, что обращения делаются от субъекта PR, нужно понимать, что их пишут специалисты по связям с общественностью. Каждый пресс-секретарь должен подобрать именно те приемы речевого воздействия, которые не будут расходиться с имиджем заказчика в целом.

Мы проанализировали поздравительные тексты трёх губернаторов Свердловской области: Э. Э. Росселя, А. С. Мишарина, Е. В. Куйвашева. На их примере выяснили, какие средства речевого воздействия подобрали пресс-секретари для обращений, написанных от лица губернаторов.

Объем выборки – 15 текстов обращений каждого губернатора, отобранных в произвольном порядке.

**Цель исследования** – выявить схожесть и различия в использованных приемах речевого воздействия в поздравлениях каждого губернатора Свердловской области.

**Различия в использованных приёмах речевого воздействия:**

---

\* Работа выполнена в рамках гранта Президента для поддержки молодых ученых: МК-2720.2013.6 «Убеждение и доказательство в современном политическом дискурсе».

© Огнева К. П., 2013

Использованием метафор отличился Э.Э. Россель (53% в сравнении с другими губернаторами, А. С. Мишарина 42%, а у Е. В. Куйвашева всего 5%).

Также нужно отметить, что Э. Э. Россель использует в поздравительных текстах фразеологизмы, которые нельзя встретить в текстах других руководителей. В день Государственного флага России 22.08.01 он использовал фразеологизм «беречь как зеницу ока», что значит с особой заботой охранять: «Уважение к флагу – это гордость за свой народ. Поэтому флаг всегда берегут как зеницу ока».

Только Э. Э. Россель использовал такое средство речевого воздействия, как риторический вопрос в текстах поздравлений: «В эти минуты каждый из нас вольно или невольно перелистывает в памяти дни и события года уходящего. *Каким он был, 2003-й? Что принес он нам?*» (31.12.03).

У Э.Э. Росселя можно встретить глагол «люблю»: «Я вас всех *люблю!*» (поздравление с Международным женским днем 7.03.02).

Отличительной чертой поздравлений А. С. Мишарина стало использование антонимических противопоставлений: «*В Великой Отечественной войне мы победили потому, что добра хотели сильнее, чем наши враги хотели зла*» и просторечной лексики: «*Сегодня уральская «оборонка» вновь сильна своим производственным, научным и кадровым потенциалом*».

А. Мишарин довольно часто приводил статистические данные, бюджетные показатели и т.п. Больше всего местоимений встречается в текстах А.С. Мишарина, он использует в равном счете как местоимение 1-го лица множественного числа «мы», так и местоимение 1-го лица единственного числа «я»: «*Мною принято решение о том, что, начиная с нынешнего года, каждый День Победы в Свердловской области мы будем отмечать как событие юбилейного ранга*», «*В 2011 году мы достигли в экономике объема производства в 1 триллион 271 миллиард рублей. А ведь еще совсем недавно мы только мечтали о преодолении планки в 1 триллион*».

У Е. Куйвашева также присутствует большое количество цифр и отчетных данных в поздравлениях. Действующий губернатор по возможности старается избегать местоимения «я», и в большинстве случаев заменяет его на местоимение «мы». Чаще других средств речевого воздействия использует приёмы на

морфологическом уровне. Его поздравления не отличается ни метафоричностью, ни обилием вводных слов и конструкций, но в них присутствуют глаголы, которые олицетворяют движение и экспрессию: *«В Свердловской области немало делается для того, чтобы укрепить уважение к родительскому труду, поднять социальный статус семьи, поддержать молодые и многодетные семьи», «Мы должны на основе экономического роста, модернизации промышленного комплекса региона, повышения производительности труда, наращивания объема инвестиций добиться реального улучшения качества жизни людей, укрепить гражданский мир, стабильность и согласие в обществе».*

Е. Куйвашев в текстах поздравлений часто использует «сухой язык» цифр: *«Только в будущем году на реализацию закона будет направлено 875 миллионов рублей»*

В поздравлениях губернаторов можно найти и общие черты: существуют определенные клише, которых невозможно избежать. Так, все три губернатора не раз использовали такую метафору, как «мирное небо» в поздравлениях с днем победы:

Россель: Пусть наше *небо будет мирным.*

Мишарин: От всей души желаю вам крепкого здоровья, счастья, благополучия, *мирного неба*, долгих лет жизни и всего самого доброго!

Куйвашев: Желаю крепкого здоровья, счастья, удачи и *мирного неба.*

Модальный глагол «долженствования» является одним из самых используемых в поздравительных текстах губернаторов Свердловской области. С его помощью все губернаторы говорили об общей обязанности правительства Свердловской области и жителей регионов улучшить жизненные показатели и экономическую мощь Урала.

Россель: Свердловчане *должны* получать достойную заработную плату, иметь современное жилье, обладать развитой структурой социальной защиты, здравоохранения, образования, культуры и спорта.

Мишарин: Мы *должны* конвертировать экономический рост в конкретные программы повышения качества жизни людей.

Куйвашев: Мы *должны* на основе экономического роста, модернизации промышленного комплекса региона, повышения производительности труда, наращивания объема инвестиций

добиться реального улучшения качества жизни людей, укрепить гражданский мир, стабильность и согласие в обществе.

Обращает внимание на себя и обилие местоимения «Мы», которое используются для создания образа единения с народом, обществом.

Россель: *Мы* становимся непобедимыми лишь тогда, когда объединяем усилия, когда сплачиваемся, когда становимся единым целым.

Мишарин: Только совместным трудом, только общими усилиями *мы* можем выполнить эту задачу, добиться дальнейшего процветания России, повысить качество жизни людей, укрепить гражданский мир и согласие в обществе.

Куйвашев: С вашей (обращение к молодежи) творческой энергией, целеустремлённостью, неуёмной жадной жить и созидать связываем *мы* самые светлые надежды на будущее Урала и России.

Есть определенные шаблоны обращений, к которым чаще всего прибегают губернаторы: «Уважаемые жители Свердловской области!», «Дорогие земляки!», «Земляки!», «Дорогие уральцы!», «Дорогие друзья!».

Россель: *Уважаемые уральцы!* (поздравление с 2004 годом)

Мишарин: *Уважаемые жители Свердловской области! Дорогие уральцы!* (поздравление с 1 мая 2012 год)

Куйвашев: *Дорогие друзья!* земляки (поздравление с 79-летием со дня образования Свердловской области 17 января 2013 год)

В ходе нашего исследования мы обнаружили факт повторного использования фрагментов поздравления Э.Э. Росселя.

В 2006 году губернатор Свердловской области Э.Э.Россель поздравил женщин с «Международным женским днём» такими словами: «Вы (женщины) – *наше главное богатство, наш неисчерпаемый золотой запас и национальное достояние!*» Через шесть лет в 2012 году эти слова в своей речи повторил уже губернатор А. С. Мишарин: «Не устаю подчеркивать, вы – *наша гордость, наш неисчерпаемый золотой запас и национальное достояние*». В том же поздравлении женщин «С 8 марта» в 2006 году Эдуард Эргартович сказал: «Я, как губернатор Свердловской области, и областное правительство стараемся сделать все возможное, чтобы облегчить Вашу жизнь, защитить от жизненных невзгод и болезней, несправедливостей, обид». Через 6 лет эти слова бы-

ли написаны в поздравительном тексте у А. С. Мишарина: «Я, как губернатор Свердловской области, вместе с областным правительством стремимся сделать все необходимое, чтобы жизнь уральских женщин постоянно улучшалась, чтобы вы были защищены от жизненных проблем, несправедливостей и обид».

7.03.06 Эдуард Эргартович в своем поздравлении обратился: «*Умные, красивые, милые, заботливые женщины!*» А через семь лет 7.03.13 уже Евгений Владимирович Куйвашев использовал те же слова: «*Умные, красивые, милые, заботливые женщины!*»

Проанализированные нами поздравления не могут в полной мере отразить всей специфики использования приемов речевого воздействия в текстах губернаторов. Для составления полной картины нужно подвергнуть анализу заявления, публичные выступления, пресс-конференции, интервью и многое другое.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Огнева Карина Павловна*

*Место работы и должность: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, студентка*

*E-mail: karina\_agnew@mail.ru*

**Ю. А. Ольховикова**

Нижний Тагил, Россия

### **СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕДВЫБОРНОГО ДИСКУРСА (НА ПРИМЕРЕ ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРОВ США 2012 ГОДА)**

Цель предвыборных выступлений политиков – убедить в правильности выдвигаемых положений, вызвать соответствующее отношение к излагаемым фактам и побудить к желаемому избирательному действию. Условия, в которых протекает общение кандидатов с аудиторией, вызывают к жизни систему стилистических приемов, которые прежде всего рассчитаны на возбуждение внимания к содержанию речи. Несомненным является и тот факт, что синтаксический аспект предвыборного выступления также становится неотъемлемой частью тактики планомерного воздействия на электорат. Практическим материалом для исследования синтаксических особенностей предвыборного

дискурса послужили тексты устных выступлений кандидатов на пост президента США Барака Обамы и Митта Ромни в трёх раундах предвыборных дебатов.

К числу синтаксических приёмов, которые были Баракком Обамой и Миттом Ромни мы отнесли повторы (29,03%), вопросительные предложения (15,05%), инверсию (10,75%), параллельные конструкции (9,68%), приём эмоционального противопоставления (9,68%), эллипсис (6,45%), антитезу (5,38 %), риторический вопрос (4,30%), приём нарастания (4,30%), многосоюзиe (2,15%), обособление (2,15%) и эмфатические конструкции (1,08%).

**1. Повторы.** В синтаксисе предвыборного дискурса выделяются различные виды **повторов**: синонимические, дистантные, анафорические, эпифорические, кольцевые и другого рода повторы. Роль повторов в предвыборных выступлениях чрезвычайно велика, поскольку весь строй речи носит прагматический характер и подчинен одной задаче – убедить, доказать, повести за собой.

Ср.: *«That's how we cut taxes for middle-class families and small businesses. That's how we cut a trillion dollars of spending that wasn't advancing that cause. That's how we signed three trade deals into law that are helping us to double our exports and sell more American products around the world. That's how we repealed "don't ask, don't tell." That's how we ended the war in Iraq, as I promised, and that's how we're going to wind down the war in Afghanistan. That's how we went after al-Qaida and bin Laden.»*

Анализируемый отрывок из выступления Барака Обамы интересен приемом анафорического повтора, помогающим кандидату создать образ политика, который борется за благосостояние людей среднего класса и уже достиг результатов в этой борьбе. Повторное употребление слов *that's how we* помогает усилить значимость каждого действия президента Барака Обамы и его администрации.

**2. Вопросительные предложения.** К числу стилистических приемов, основанных на своеобразном использовании особенностей устного типа речи, относится употребление **вопросительных предложений** в повествовательном тексте. Примером такого использования вопросительного предложения, с помощью которого политик акцентирует внимание аудитории на последующем высказывании, служит отрывок из выступления Митта Ромни. Обсуждая пути решения такой проблемы, как бюджет-

ный дефицит в стране, кандидат считает нужным вернуться к предыдущей теме о налогах в США. Задавая вопрос и повторяя его (*Why is that I don't want to raise taxes? Why don't I want to raise taxes on people?*), ему удаётся заинтересовать публику и обратить внимание слушателей на последующее высказывание. Ожидается, что за вопросом последует прямой ответ на него. Однако Митт Ромни не объясняет, почему он не хочет повышать налоги. Он лишь критично оценивает действия настоящего президента и кандидата на переизбрание Барака Обамы и рисует его отрицательный образ, показывая, как его слова расходятся с поступками. Митт Ромни подчёркивает, что он как будущий президент выполнит свои обещания.

Ср.: *«Let me come back and say, **why is that I don't want to raise taxes? Why don't I want to raise taxes on people?** And actually, you said it back in 2010. You said, look, I'm going to extend the tax policies that we have. Now, I'm not going to raise taxes on anyone because when the economy's growing slow like this, when we're in recession you shouldn't raise taxes on anyone».*

**3. Инверсия** как стилистический приём используется в целях эмфазы, то есть усиления тех слов, традиционный порядок которых в предложении нарушен.

Ср.: *«**And because of the resilience and the determination of the American people**, we've begun to fight our way back.»*

Нарушая традиционный порядок слов, Барак Обама подчёркивает, что именно благодаря устойчивости и решительности американского народа стране удалось преодолеть финансовый кризис. Синтаксическое оформление предложения вполне естественно подсказывает и соответствующее интонационное оформление.

В следующем примере, используя приём инверсии, Митт Ромни подчёркивает, что именно при действующем президенте Бараке Обаме страдают американцы со средним уровнем дохода. Нарушение традиционного порядка слов помогает политику обратить внимание публики на отрицательное влияние политических действий Барака Обамы на финансовое положение американских семей.

Ср.: *«**Under the president's policies**, middle-income Americans have been buried».*

**4. Антитеза** как стилистический прием используется в целях создания контрастной характеристики описываемого явления в предвыборных выступлениях Митта Ромни. Лексическую

основу этого приема составляют антонимы. Такое употребление антитезы в «чистом» виде можно сравнить со «словесной игрой», к которой прибегает оратор для усиления эмоционально-психологического воздействия противопоставления.

Ср.: *«The president said he'd **cut** the deficit **in half**. Unfortunately, he **doubled** it».*

Говоря о решении проблемы бюджетного дефицита в стране в последние четыре года, Митт Ромни удачно противопоставляет то, чего президент Барак Обама обещал достичь перед избранием и то, что получилось при его правлении: он планировал сократить дефицит в два раза, а фактически удвоил его. На языковом уровне в этом отрывке весьма эффективным является противопоставление антонимов *cut in half* и *double*.

*«And number three, I will not, under any circumstances, **raise** taxes on middle-income families. I will **lower** taxes on middle-income families».*

Детализируя планы в сфере налоговых поступлений Митт Ромни доказывает избирателям ошибочное понимание оппонентом Бараком Обамой его взглядов по этому вопросу. Кандидат от республиканской партии подчёркивает, что при любых обстоятельствах он не повысит налоги, выплачиваемые семьями со средним уровнем дохода, а наоборот понизит их. Противопоставление строится на использовании антонимов: *raise* и *lower*.

*«And as a matter of fact, when the president ran for office, he said that by this year he **would have brought down** the cost of insurance for each family by \$2,500 a family. Instead, it's **gone up** by that amount».*

Митту Ромни удается «внушить» своим избирателям мысль о том, что его главный соперник не заботится о снижении расходов американской нации, что он не заинтересован в улучшении их материального положения. Во время предыдущей предвыборной кампании Барак Обама обещал снизить стоимость страхования для каждой семьи на 2500 долларов. Во время его правления стоимость страхования напротив повысилась на эту сумму. В этом отрывке используются глаголы-антонимы *bring down* и *go up*.

5. Часто вместо классического приема антитезы, построенного на сопоставлении параллельных конструкций и антонимов, в предвыборных речах Барака Обамы и Митта Ромни используется прием **эмоционального противопоставления**. В

этом случае противопоставляются не антонимы в собственном смысле, а слова, фразы, которым приписывается в контексте положительная и отрицательная оценка. При этом сами оценки даются оратором на основе произвольного толкования тех или иных явлений, фактов. Прием эмоционального противопоставления служит способом актуализации содержательно-оценочных элементов речи, что ведет к усилению эффекта «психологического давления».

*«Over the last 30 months, we've seen 5 million jobs in the private sector created. The auto industry has come roaring back and housing has begun to rise. But we all know that we've still got a lot of work to do. And so the question here tonight is **not where we've been but where we're going**. Governor Romney has a perspective that says if we cut taxes, skewed towards the wealthy, and roll back regulations that we'll be better off».*

Подчеркивая важность избирательной кампании, Барак Обама противопоставляет то, «где мы были» и то, «куда мы идём»; то, что было достигнуто за время его первого президентского срока и то, что может случиться, если Митт Ромни будет избран президентом. Барак Обама добивается противопоставления за счёт конструкции *not...but*.

*«The people of this country will choose not just a **new President**, but a **new future** – a set of ideas and ideals that will shape the lives of our families».*

В предвыборном выступлении Митта Ромни понятие «новый президент» противопоставляется понятию «новое будущее», которое, по его мнению, выступает как объединение идей и американских идеалов для достижения достойной жизни всех американских граждан.

Таким образом, употребление приема эмоционального противопоставления, который рассматривается нами как разновидность антитезы, способствует тому, что смысловое движение речи исключает для аудитории возможность сделать собственную оценку, поскольку кандидатами заранее задается выбор в актуализированных оценочных компонентах. Такое построение речи помогает кандидатам «навязать» свое мнение и выразить свою позицию по определенному вопросу, а также утвердить себя в качестве «надежного» политика, носителя всевозможных «положительных» качеств.

**6. Параллельные конструкции** могут ритмизировать речь, если повторяющиеся части находятся в непосредственной близости друг от друга. Дистантность повторяющихся частей сложна для слухового восприятия, поэтому теряется возможность ощущения ритмичности речи. В этом случае говорят о «контактном» параллелизме [Ковалева 2000: 101]. Ритмическая организация в значительной степени улучшает процесс восприятия информации.

*Ср.: «They can buy a computer for their kid who's going off to college, which means they're spending more money, **businesses have more customers, businesses make more profits and then hire more workers**».*

В приведенном отрывке из предвыборного выступления Б. Обамы речь идет о решении такой важной проблемы как безработица и о том, как число безработных постепенно уменьшается благодаря снижению налогов. Для того, чтобы подчеркнуть тенденции роста, кандидат активно использует параллельные конструкции. Применение этого приема интересно в том отношении, что оратору удается ритмизировать свою речь, а значит максимально облегчить для избирателей процесс ее восприятия, несколько по-иному расставить акценты в каждой части конструкции и облегчить нарастание эмоциональной напряженности речи.

**7. Риторический вопрос** привлекает внимание аудитории прежде всего своими структурными и интонационными особенностями, что способствует решению прагматической задачи поддержания внимания к предмету речи. Вопрос несет эмоциональную нагрузку, а эмоциональность может являться проявлением оценки, что дает аудитории возможность понять позицию кандидата. Частое употребление риторических вопросов в ораторской речи связано с тем, что по своему содержанию являясь утверждением, они не теряют признаков вопроса и реализуют в себе два синтаксических значения одновременно: значение вопроса и значение утверждения. В предвыборных выступлениях при помощи риторических вопросов кандидатам удается создать иллюзию многоголосия аудитории, ее вовлечения и участия в диалоге. Риторический вопрос максимально усиливает эмоциональную выразительность всего высказывания. Часто он не требует ответа, поскольку ответ имплицитруется в самом вопросе. Риторический вопрос формирует психологическую установку, желаемую реакцию у тех, к кому обращена звучащая речь, он используется также в качестве эмоциональ-

ного восклицания, поскольку его цель – привлечь внимание избирателей к определенной идее, эмоционально выразить отношение к ней оратора, призвать избирателей разделить его мнение.

*Ср.: «Now, it ultimately is going to be up to the voters, to you, which path we should take. **Are we going to double down on the top-down economic policies that helped to get us into this mess, or do we embrace a new economic patriotism that says, America does best when the middle class does best?**»*

Барак Обама красочно иллюстрирует свои намерения на посту президента служить интересам прежде всего простых, а не обеспеченных американцев, способствовать достижению национального блага для всех жителей государства, а не для отдельных его граждан. Одновременно этот кандидат косвенно призывает своих избирателей поддерживать его на выборах, подчеркивая то, что может произойти в случае прихода к власти его соперника Митта Ромни, который, по его мнению, удовлетворяет интересы обеспеченной малочисленной группы населения.

Итак, количественный анализ синтаксических средств показал, что наиболее часто кандидаты используют в предвыборных выступлениях **повторы, вопросительные предложения, инверсию, параллельные конструкции и приём эмоционального противопоставления**. Учитывая, что аудитория полагается только на свою память, политики вынуждены повторять отдельные части высказывания. Они делают это также и для того, чтобы лучше донести свою мысль до слушателей, убедить их, заставить разделить их точку зрения. Содержание, выраженное в параллельных конструкциях, особенно легко воспринимается на слух. Однотипность формы способствует более быстрому охвату содержания высказывания в целом. Всякий вопрос повышает эмоциональный тонус всей речи, способствует усилению внимания аудитории к излагаемому. Вопрос является непосредственным обращением к аудитории и, тем самым, способствует установлению более тесного контакта между оратором и аудиторией. Кроме того, смена интонации, вызываемая вопросительной формой, привлекает внимание слушателей, прерывая однообразие интонационного рисунка речи.

#### ЛИТЕРАТУРА

Виноградов С. И. Выразительные средства в парламентской речи // Культура парламентской речи. М. : Наука, 1994. С. 66–77.

Ковалева Е. И. Преемственность традиций классической риторики в американском публичном выступлении (на материале выступлений общественно-политических деятелей США): дисс. ... канд. филол. наук. – М., 2000б. 204 с.

Методология исследований политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов / сост. и общ. ред. И. Ф. Ухванова-Шмыгова. Минск : Белгосуниверситет, 1998. 255 с.

Стриженко А. А. Язык и идеологическая борьба. Иркутск: Иркут. гос. ун-т. 1988. 147 с.

Schudson M. Sending a Political Message: Lessons from the American 1790s // *Media, Culture and Society*. 1997. Vol. 19, № 3. P. 311–330.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО:* Ольховикова Юлия Александровна

*Место работы и должность:* Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка, теории и методики преподавания.

*E-mail:* olkhovikova@bk.ru

**М. В. Петров**

Екатеринбург (Россия)

### **КЛЮЧЕВЫЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ В ДИСКУРСЕ ПУБЛИЧНЫХ ОБРАЩЕНИЙ БАРАКА ОБАМЫ**

Целью данной работы является выявление фрейм-слотовой структуры ключевых концептуальных метафор, присутствующих в оформлении публичных обращений Барака Обамы.

Материалом исследования послужили тексты и аудиозаписи публичных выступлений Б. Обамы: *Obama Health Care Speech (2010)*, *Obama Inaugural Address (2009)*, *Obama's First News Conference (2008)*, *Presumptive Democratic Nominee Speech (2008)*, *Acceptance Speech at the Democratic Convention (2008)*, *President Obama's speech in Las Vegas (2012)*, *Barack Obama's speech in Osawatomie (2011)*, *Remarks by the President at a Campaign Event (2012)* и др. Источником материала послужили следующие сайты: [www.internationalism.com](http://www.internationalism.com), [www.learnoutloud.com](http://www.learnoutloud.com), [www.whitehouse.gov](http://www.whitehouse.gov) и др.

Методом случайной и репрезентативной выборки было выделено и проанализировано 1175 метафорических словоупотреблений.

Основным методом данной работы является описательный, находящий свое отражение в более частной методике фрейм-слотового анализа.

При описании концептуального оформления речи Б. Обамы, нами были выявлены и такие концептуальные метафоры, как:

1. «ЗДАНИЕ»;
2. «ИГРА и СПОРТ»;
3. «ПУТЕШЕСТВИЕ»;
4. «ФИЗИОЛОГИЯ ЧЕЛОВЕКА»;
5. «ВОЙНА».

Наиболее частотной является метафора «ЗДАНИЕ» (415 – 35,3%), а наименее употребительной – «ВОЙНА» (115 – 9,7%). Метафора здания, вероятно, является наиболее удачным средством иллюстрации экономических и политических проблем и их решений в США на данном этапе развития: необходимость создать (построить) новое будущее, экономику, восстановить науку и т.д. Поэтому фрейм «Строительство и ремонт здания» доминирует в структуре концептуальной метафоры. В сферу-мишень данной метафоры попадают экономика, будущее, надежда, партнерство, политика, наука, процветание, доверие, рост и др.

В метафорах «СПОРТ и ИГРА» (242 – 20,5%) нам удалось выделить фреймы «Виды игры» и «Правила игры и их нарушения»; говоря о последнем, необходимо сделать акцент на том, что для Б. Обамы очень важно соблюдение всех правил: как утверждает сам президент, только честная игра позволит Америке преуспеть во многих делах. Также президент подчеркивает, что правила должны быть одинаковы для всех, применяя лексику «*the same*». Метафоры данной категории приобретают экспрессивный и эмоциональный характер за счет модальных конструкций: *have to, should, can* и *do*.

Метафора «ПУТЕШЕСТВИЕ» (219 – 18,6%) обозначает своего рода опыт, или некоторую ситуацию в политике и экономике. Также путешествие актуализирует некий период времени или процесс, который достаточно продолжительный по времени и представляет определенные трудности, с которыми народ, по мнению президента, обязательно справится. Но, необходимо признать, что настоящая метафора на данном этапе исследования представлена только одним фреймом, поэтому планируется ее дальнейшее изучение.

Говоря о метафорической модели «ФИЗИОЛОГИЯ ЧЕЛОВЕКА» (184 – 15,6%), следует подчеркнуть, что она изобилует стертыми метафорами, но, тем не менее, они представляют большой интерес для изучения, поскольку те явления, которые

они описывают, являются актуальными и злободневными для американского народа.

В концептуальной метафоре «ВОЙНА» (115 – 9,7%) стертые метафоры преобладают по своему числу, но в тоже время присутствуют и такие яркие метафоры, как «*to kill jobs*» и др., следовательно, данная метафора заслуживает должного внимания при изучении.

Все концептуальные метафоры, используемые президентом в политическом дискурсе, могут быть не только важным средством обеспечения связности политического текста и целостности его восприятия, но также мощным персуазивным приемом, при помощи которого удается повлиять на точку зрения людей.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Петров Максим Вадимович.*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, преподаватель*

*E-mail: maxthestudent@yandex.ru*

**О. О. Петрова**

Калуга (Россия)

### **КУЛЬТУРНО-ИДЕОЛОГИЧЕСКИЕ КОННОТАЦИИ У СЛОВ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «НАИМЕНОВАНИЯ ЛИЦ»**

Объектом исследования послужили слова, определяемые как родовые наименования лиц: *человек, мужик, баба, девушка, мальчик, девка...* и т. д.

В XIX веке слова данной тематической группы употребляются в значении социального статуса лица, а также в качестве обращений, что отражают толковые словари. Словари XIX века лексически определенно противопоставляют дворян и крестьян. Это противопоставление выражается в специфических лексемах, которые могут относиться либо только к крестьянам, либо исключительно к дворянам, в том числе это касается и наименований лиц.

1. *Родовые имена в качестве номинаций конкретных имен лиц или в качестве обращений к конкретному лицу, имеющему низкий социальный статус.*

В XIX веке широко использовались родовые наименования для обозначения лиц низкого социального статуса. Некоторые имена относились исключительно к крепостным крестьянам и не могли быть приложимы к людям высших сословий, что, безусловно, отражало определённую идеологию того времени в обществе: в социальном сознании существовала оппозиция «дворянин – недворянин». Показательно, что в словаре 1847 года мы даже находим особую лексему *недворяне* – ‘не имеющие дворянского права’.

Родовые имена, обозначающие лиц низших сословий, использовались в том числе и в качестве апеллятивов и подчёркивали отсутствие лица у того, к кому обращаются. Человек сводился к представителю некоего сообщества: *людей, девок, мальчиков, молодцов...* В именуемом индивидуальность не предполагалась, она была стёрта. Обращались не к конкретным людям, а к безликим представителям определённого, а именно низшего социального класса. В словаре 1847 года подобная идеологическая маркированность безликости представителя низов выражена наиболее ярко. Ср.: *Человек*. 2. Служитель. – Нанять *человека*. [Словарь 1847, т. 4: 428]. Ср. также у Даля: *Человек*. 2. Служитель, прислуга, лакей или комнатный. – Эй, *человек*, подай, трубку! [Даль 1982: 3487].

Словарь 1847 г.: *Люди*. 1. Вообще человеки: мужеский и женский пол. 2. Служители в отношении к своим господам. Родственным эквивалентом к данной лексеме выступает слово *челядь*. В словаре 1847 г.: *Челядь*. Дворовые слуги, домочадцы. Там же: *Челядня*. Изба для *челяди*; *людская*. *Людская*. Покой, определённый для житья слуг. [Словарь 1847, т. 4: 428].

В XX веке лексема *человек* в значении показателя низкого социального статуса лица уже воспринимается как историзм. В словаре Ушакова в отличие от словарей XIX века семантическая структура данной лексемы расширена, порядок подачи значений, их число и семантическое содержание иное. Значение социального статуса лица является устаревшим: *Человек*. 4. При крепостном праве – дворовый слуга или вообще помещичий служитель (в частности – в отличие от крестьян-земледельцев; истор.). [Ушаков 1840, т. 4: 779]. Употребление лексемы *человек* в данном значении соответствует реалиям прошлого, о чём свидетельствуют пометы *дореволюц., истор.* Шведова даёт: *Человек*. 2. В России при крепостном праве: дворовый слуга, служи-

тель, лакей, а позднее официант, слуга. Кроме того, появляется новое значение, в котором просматривается, просвечивается предыдущее «лакейское» значение: 3. *Человек*. Кого или чей. Тот, кто тесно связан с кем-нибудь своей деятельностью, действует в его интересах. – *Человек* президента. – *Человек* мэра. [Шведова 2011: 1085]. Сегодня *людьми* мы называем всех без исключения независимо от социального статуса.

Словарь 1847 года: *Мальчик*. 2. Слуга, прислужник. – Я тебе не *мальчик*. Лексем *малый*, *молодец* в данном словаре не находим. [Словарь 1847, т. 2: 284].

В XX веке данное значение воспринимается как устаревшее, о чём свидетельствуют словарные пометы. В словаре Ушакова: *Мальчик*. 3. Малолетний работник в торговом или ремесленном заведении (разг. устар.). У Ушакова появляются слова *молодец* и *малый*. *Молодец*. 3. Слуга, сиделец в лавке, половой в трактире и т. п. (дореволюц. разг.). 3. Обращение к *молодцу* (см. *молодец* в 3 знач.) (простореч. устар.). – Эй, *малый*, подай щей! [Ушаков 1836, т. 2: 183-184].

В словаре Шведовой у слова *мальчик* значение ‘слуга-подросток в частном доме, в каком-нибудь заведении, у хозяина-мастера’ также даётся как устаревшее. Слова *малый* и *молодец* уже совсем утратили социально ограниченное значение.

В словаре Даля: *Баба*. 1. Замужняя женщина *низших сословий*, особенно после первых лет, когда она была молодкою, молодичею, или вдова. [Даль 1982: 45]. В словаре 1847. *Баба*. 3. Женщина *низкого состояния*. В обоих словарях указана социальная принадлежность: низшее сословие. [Словарь 1847, т. 1: 16-17].

В словаре Ушакова: *Баба*. 1. В устах «господ» (прежде) и в крестьянском быту – замужняя крестьянка; противоп. девка. Пометы указывают на то, что данное значение устарело. Кроме того, они выражают уже идеологию советского времени. [Ушаков 1836, т. 1: 52].

У Шведовой: *Баба*. Замужняя крестьянка, а также вообще женщина из простонародья. (прост.). [Шведова 2011: 25].

В словаре 1847 года: *Девка*. 1. В просторечии: то же, что девица. 2. Служанка. – Горничная *девка*. [Словарь 1847, т. 1: 313]. Примеры употребления свидетельствуют о том, что *девками*, *девушками* называли дворовых прислуг, крепостных, притом незамужних.

Часто в различных контекстах можно встретить сочетания *крепостная девка, крепостная девушка, дворовая девка, дворовая девушка, сенная девушка*. Однако мы не обнаружим сочетаний *купеческая девушка (девка), дворянская девушка (девка)*. Молодых представительниц высших сословий так не называли.

У Ушакова: *Девушка*. 1. Лицо женского пола, достигшее половой зрелости, но еще не ступившее в брак. 2. Служанка, работница (разг. устар.). Помета устар. доказывает то, что последнее значение, как и в предыдущих примерах, утрачивается. Там же: *Девка*. 2. Развратная женщина, проститутка. Уличные *девки*. [Ушаков 1836, т. 1: 466]. Второе значение данной леммы Д.Н. Ушаковым дано «политкорректно»: не отмечено низкого социального статуса работниц.

В словаре 1847 года приводятся леммы: *Жена, женщина, женка. Жена*. 1. Церк. Женщина. 2. Замужняя женщина: супруга. *Женщина*. 1. То же, что жена в 1 значении. 2. Всякая, находящаяся или бывшая в замужестве. *Женка*. Название жены простолюдина. [Словарь 1847, т. 1: 403-404]. Первые две леммы идеологически нейтральны. Они не выражают сословной принадлежности и могут называть любую женщину (во втором значении – замужнюю, но любого сословия). Лемма *женка* содержит семантический компонент строгой сословной отнесенности и приложима только к определенному классу женщин (крестьянок).

В словаре 1847 г.: *Мужик*. 1. Крестьянин, поселянин, простолюдин. 2. Грубый, необразованный человек, невежа. [Словарь 1847, т. 2: 330]. У В. Даля: *Мужик, муж, мужчина*. 1. Простолюдин, человек низшего сословия; крестьянин, поселянин, селянин, пахарь, земледелец, хлебопашец; тягловой крестьянин, семьянин и хозяин. 2. Человек необразованный, невоспитанный, грубый, неуч, невежа. [Даль 1982: 1409]. Второе значение подчеркивает низкий социальный статус лица, так как все крепостные были необразованны. Воспитанием и образованием дворян, напротив, занимались скрупулезно. Соответственно наименование *мужик* не могло относиться к представителю высшего сословия, дворянину.

В словаре Ушакова: *Мужик*. 1. В устах «господ» (прежде), а также в крестьянском быту – крестьянин. У Шведовой: 1. Крестьянин (в противопоставлении горожанину) (устар.). [Шведова 2011: 465]. Созначение отнесенности к крестьянскому классу устаревает.

Одним из распространенных обращений было слово *любезный*. Так мог кто-то из господ (барин) обращаться к трактирному слуге.

В словаре Ушакова: *Любезный*. 3. Форма фамильярного обращения к человеку *более низкого социального ранга* (простореч. устар.). [Ушаков 1836, т. 2: 161]. Шведова же совсем не приводит значения социального статуса лица. Она даёт новое: *Любезный*. 3. Фамильярное обращение (разг.) [Шведова 2011: 420].

Таким образом, в XX в. у приведённых лексем культурно-идеологическое созначение социального статуса лица (сословной принадлежности) устаревает, а позднее и полностью утрачивается.

1. *Имена в качестве номинаций или в качестве обращений к конкретному лицу, имеющему высокий социальный статус.*

Можно наблюдать и обратное явление, когда некоторые наименования лиц в определённый период времени были характерны только для высших слоёв общества, привилегированного класса (в XIX веке – для дворян). Со временем созначение сословной принадлежности также утрачивалось. Наименование распространялось уже на людей всех слоёв общества.

В обществе первой половины XIX века *офицерами* могли быть только дворяне. В словаре 1847 года: *Офицер*. Военный и морской чин, соединённый с *дворянским достоинством* и разделяющийся на два класса: *обер-офицер* и *штаб-офицер*. [Словарь 1847, т. 3: 145]. В XIX веке это была социально ограниченная должность.

В XX веке, а затем и в XXI мы уже не обнаружим созначения сословной принадлежности. У Ушакова: *Офицер*. (дореволюц. и загр.). Лицо командного состава армии и флота. *Офицер* генерального штаба. *Унтер-офицер*. *Обер-офицер*. *Штаб-офицер*. В словаре Ефремовой: *Офицер*. Тот, кто имеет воинское звание начальствующего состава (в армии и флоте). У Шведовой: 'Лицо командного и начальствующего состава армии и флота, а также в милиции и полиции, имеющее воинское или специальное звание'. [Шведова 2011: 603]. Таким образом, *офицером* уже может стать любой после определённого обучения и службы.

В словаре 1847 года: *Господин*. 1. Церк. и стар. Государь. 2. Барин, помещик, хозяин. – Служить *господину*. – У нас добрые *господа*. 3. В титулатуре придаётся из учтивости к названиям чинов и прозвищам. – *Господину* министру. – *Господа* сенаторы. [Словарь 1847, т. 1: 283-284].

У Даля: *Господин*. Встарь, употреб. безразлично вм. Господь и государь; владыка, владелец, держащий власть на месте или в доме; барин, помещик, хозяин; кому покорны чада, домочадцы и слуги, или у кого есть подвластные. *Господином* чествуют людей по званию, должности их... – *Господин* купец, *господин* кавалер. Там же: *Госпожа*. Владычица, и потому иногда придается Богородице; владелица, барыня, хозяйка; иногда ставится перед званием или прозванием женщины [Даль 1982: 513-514].

Соотнесенность лексем *господин* и *Господь*, *госпожа* и *Богородица* давала некую идеологическую коннотацию родства *господин* с *Господом*, *госпожа* с *Богородицей*. Форма *господа* являлась воззванием к лицам благородного происхождения.

Ушаков отмечает значение сословной принадлежности как устаревшее с пометами (*дореволюц.*), (устар.): *Господин*. 2. Человек, по внешнему виду принадлежащий к привилегированному сословию (дореволюц.). 3. Владыка, повелитель, властитель (книжн. устар.). – Рабы повиновались своему *господину*. 5. Только мн. ч. барин (простореч. устар.). Там же: *господский*, *господская*, *господское* (дореволюц.). Принадлежащий, свойственный *господам*, барский. *Господский* дом.

В словаре Ефремовой: *Господин*. 2. а) Дворянин, помещик, барин (в Российском государстве до 1917 г.). б) Тот, кто принадлежал к привилегированным слоям буржуазно-дворянского общества. В словаре под ред. Ю.Ю. Шведовой у лексем *господин* и *госпожа* выделены новые значения. Например: *Господин*. Официальное, а также вежливое обращение к мужчине (обычно перед именем, званием, должностью); вообще учтливое упоминание о таком лице. *Господин* министр. [Шведова 2011: 165]. Очевидно, такое навязывание ушедшей идеологии не может быть продуктивным.

Наверное, официальные клише типа *господин Президент*, *господин министр* и будут иметь место в русской речи, но выражения *господин полковник*, *господин полицейский* либо оскорбляют чувство товарищества военных, либо оскорбляют человека вообще. А выражения, типа *господин учитель* или тем более *господин шофер* вообще невозможны. Отмеченное значение свидетельствуют о некой идеологической ангажированности составителей словаря при подаче данного значения слова *господин*.

В XX и в XXI веках в связи с демократизацией общественной жизни, изменением идеологии (по сравнению с XIX ве-

ком) меняется и угол зрения на социальную стратификацию общества, что находит отражение в лексической семантике рассмотренных слов и значений. 1. Идеологические созначения в родовых именах лиц утрачиваются. 2. Утрачивается и бинарная оппозиция имен лиц в социальной стратификации. 3. Вторичные значения, типа *мужик* «о грубом... человеке» сегодня прилагаются к лицу вне социальной стратификации, если данное лицо является грубым человеком. 4. Наконец, слова типа *господин*, *госпожа* утрачивают некую идеологическую привязку к словам *Господь*, *Богородица*.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. – М.: Русский язык, 1981-1982.

Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка. URL: [http:// www.vseslova.ru](http://www.vseslova.ru)

Словарь церковнославянского и русского языка / Составленный Вторым отделением Императорской Академии Наук. – Санктпетербург, 1847. Т. 1-4.

Толковый словарь русского языка / Под ред. Д. Н. Ушакова. – М.: Советская энциклопедия. Т. 1-4, 1935-1940.

Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / РАН. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. Отв. ред. Н. Ю. Шведова. – М.: Азбуковник, 2011.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Петрова Оксана Олеговна*

*Место работы и должность: Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского, аспирант кафедры русского языка филологического факультета; МБОУ «СОШ № 12» г. Калуги, учитель русского языка и литературы.*

*E-mail: poks1990@yandex.ru*

**Д. В. Питолин**

Екатеринбург (Россия)

#### **МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ**

#### **КОНЦЕПТА «ЧУЖОЙ»**

#### **В РАМКАХ ДИХОТОМИИ «СВОЙ – ЧУЖОЙ»**

#### **В РАБОТАХ ДЖ. ДИАЗА**

Дихотомия «свой – чужой», как одна из базовых бинарных оппозиций в языковой картине мира. Имея во многом социальный характер, она определяет степень интеграции определённых групп

в социум. Особенно интересно её рассмотрение в среде, где самоопределение является одним из важнейших, если не самым главным вопросом для каждого индивида. Учитывая постоянный приток мигрантов в США из стран Латинской Америки, а также то, что большая часть южных и западных регионов США ранее были испаноязычными, в этой стране сформировалась многочисленная группа носителей так называемого спанглиша – смеси английского и испанского языка. Несмотря на стереотип о полуграмотных, необразованных людях, которые не могут чисто говорить ни на одном из языков, которыми владеют, среди носителей спанглиша есть известные в США политики, актёры и писатели. Непосредственный статус спанглиша в лингвистике не является до конца определённым. Высказываются подчас противоположные мнения относительно спанглиша: одни считают его проявлением банальной неграмотности [Бетансос Паласиос 2001] другие – языком, который вскоре вытеснит и английский и испанский из Нового Света, став единым для обеих Америк [Stavans 2001]. Наиболее выдержанным и адекватным представляется, однако, мнение о спанглише как интерязыке [J. C. Franco, T. Solorio 2007]. За последние несколько десятков лет в США появился целый массив литературы, написанный выходцами из Латинской Америки. Многие писатели стали известны и популярны не только среди своих соотечественников, но и получили признание у простых читателей и даже критиков. Самым ярким представителем авторов, пишущих на спанглише можно назвать Джуота Диаза. Выходец из Доминиканской Республики, он стал одним из постоянных колумнистов журнала *The New Yorker*, профессором Массачусетского Технологического Института и лауреатом Пулитцеровской премии. Несмотря на все эти достижения в своих работах он пишет на спанглише.

Многие книги Дж. Диаза прямо или косвенно затрагивают тему самоидентификации иммигранта, поэтому метафорическое моделирование концепта «чужой» представляет особый интерес. Действие всех книг Диаза происходит поочередно то в США, то в Доминиканской Республике, поэтому «чужими» предстают не только Штаты, но и родина героев, переставшая быть «своей». В большинстве произведений концепт «чужой» выражен в различных образах из сферы-источника «фантастика». В этом литературном жанре, как правило, очень чётко разделены плохие и хорошие, свои и чужие. Так, герой романа «*The Brief Wondrous Life Of Oscar Wao*» отождествляет себя с супергероем,

а любого, кто желает ему зла или представляется зловещим, с заклятыми врагами героев фантастических книг и комиксов. Подобную реализацию концепта «чужой» скорее можно отнести к авторскому, нежели присущему всем носителям спанглиша, стилю. Тем не менее, Диаз прибегает к использованию более традиционных образов сверхъестественного и непознанного. Особое место в работах автора занимает этническое и политическое противостояние жителей США и Латинской Америки. Диаз использует все возможные негативные характеристики северного соседа, где, по мнению доминиканцев, плохо и враждебно практически всё. Необходимо отметить, что обобщение приобретает всё более глобальный характер. Начиная достаточно конкретным «янки» и «гринго», герои романа впоследствии полагают «чужими» всех «белых». Однако доминиканцы идут дальше сформировавшихся стереотипов – особняком в романе стоит понятие «ragi-guaуо», выработанное самими доминиканцами еще в начале XX века во время первой американской оккупации Доминиканской Республики. Его можно приблизительно перевести как «наблюдатель на вечеринке». Дело в том, что американские военные во время первой оккупации Доминиканской Республики 1916 – 1924 годов посещали вечеринки и праздники доминиканцев, но лишь наблюдали за порядком, а не участвовали в веселье. Местным жителям такое поведение казалось крайне странным, абсурдным, и вызывало многочисленные насмешки. Позднее так стали называть любого аутсайдера, неуютно чувствующего себя на вечеринке, что по определению чуждо доминиканцам.

Таким образом, анализ способов метафорического моделирования концепта «Чужой» в произведениях Дж. Диаза показал, что, несмотря на характерные для автора образы из сферы источника «фантастика», в его работах широко представлены и более традиционные для носителей спанглиша сферы источники «сверхъестественное», «этнос», «политика», а также некоторые исключительно доминиканские понятия для репрезентации концепта «чужой».

#### ЛИТЕРАТУРА

Betanzos Palacios O. El español en Estados Unidos: problemas y logros. II Congreso Internacional de la Lengua Española. Valladolid, España, 2001. URL: [http://congresosdelengua.es/valladolid/ponencias/unidad\\_diversidad\\_del\\_spanol/3\\_el\\_espanol\\_en\\_los EEUU/betanzos\\_o.htm](http://congresosdelengua.es/valladolid/ponencias/unidad_diversidad_del_spanol/3_el_espanol_en_los EEUU/betanzos_o.htm) (дата обращения: 31.08.2013)

Franco J. C., Solorio, T., Baby-Steps Towards Building a Spanglish Language Model – UTEP Technical Departmental, 2007. 11 p.  
Stavans I. Spanglish: The making of a new American Language. – Harper Perennial, New York, 2003. p. 6.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Питолин Данил Викторович*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, аспирант*

*E-mail: danilpitolin@gmail.com*

**А. М. Плотникова**

Екатеринбург (Россия)

**ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА  
ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА ПО ДЕЛАМ,  
СВЯЗАННЫМ С ПРОТИВОДЕЙСТВИЕМ ЭКСТРЕМИЗМУ**

В экспертной практике по делам, связанным с противодействием экстремизму, объектом исследования все чаще становятся художественные тексты: это и прозаические тексты (например, роман-антиутопия Е. Чудиновой «Мечеть Парижской Богоматери»), и драматургические (например, пьеса «Жид-вампир», написанная коллективом красноярских студентов), и поэтические (стихи, поэмы, песенные тексты, представленные в виде опубликованных поэтических сборников и в виде песенных альбомов и клипов, часто размещаемых на страницах социальных сетей).

Художественные произведения иногда попадали в поле зрения экспертов в связи с делами о защите чести, достоинства и деловой репутации, пропаганде наркотических средств и психотропных веществ, распространении порнографии и некоторым другими категориями дел, имеющими отношение к лингвистической или психолого-лингвистической экспертизе текстов. По справедливому замечанию О. Н. Матвеевой, «неразрешенные проблемы, касающиеся лингвистической экспертизы в целом, осложняются в данном случае специфическим объектом, в отношении интерпретации которого существуют давние филологические традиции и презумпции. Проблема включает в себя целый ряд вопросов, связанных именно со спецификой исследуемого объекта. Освобождает ли от ответственности использо-

вание автором художественной формы? Если да, то при каких условиях? Основывается ли квалификация художественного текста в рамках лингвистической экспертизы на традициях его филологической интерпретации либо она исходит из других презумпций? В какой степени возможно ассоциировать героев художественного произведения, в том числе автора, с реальными людьми?» [Матвеева 2007: 370].

Безусловно, при анализе художественного текста необходимо различать автора, рассказчика и персонажа (даже если рассказ ведется от первого лица, это не означает, что спорное высказывание может быть приписано самому автору). Множественность интерпретаций, являющаяся свойством, присущим художественному тексту, также препятствует проведению лингвистической экспертизы, которая должна носить верифицируемый характер. Эти и многие другие вопросы встают перед экспертом при анализе художественных текстов.

Напомним, что юридически значимыми признаками экстремистских материалов являются признаки возбуждения розни и вражды, призывы к насильственным действиям в отношении групп лиц, выделенных по национальному, расовому, этническому, социальному признакам, пропаганда исключительности и превосходства, оправдание терроризма. Предложенная О. В. Кукушкиной, Ю. А. Сафоновой, Т. Н. Секераж методика анализа «экстремистских» текстов, рекомендованная в экспертных центрах Минюста России, основана на выявлении в тексте семантической структуры, содержащей информацию трех типов: предмет речи, отношение к нему, цель публичного высказывания об этом предмете речи, при этом любое «экстремистское» значение представляет собой комбинацию признаков всех трех типов и требует их анализа [Кукушкина, Сафонова, Секераж 2011]. Этот принцип анализа в целом применим к художественным текстам и позволяет ответить на поставленные органом, назначившим экспертизу, вопросы, однако при анализе художественной коммуникации возникают некоторые трудности.

Рассмотрим в качестве примера текст В. Федоровича «*Faciam lit mei mernineris*» (название текста «*Faciam lit mei mernineris*» представляет собой крылатое латинское изречение: «Сделаю так, чтобы ты обо мне помнил»). Автор с первых же страниц заявляет о существовании героя, с которым читатель не должен отождествлять самого автора, однако некоторые фраг-

менты текста написаны от лица автора-повествователя. Главным героем текста является «Виктор» – alter ego автора. Этот персонаж появляется не в каждой главе текста, и его образ зачастую трудноуловим, потому что сливается с образом самого автора. Многие события текста увидены глазами этого героя, и ему приписываются те размышления, которые волнуют самого автора, его вкусы совпадают с декларируемыми пристрастиями автора (например, героя и автора объединяет любовь к музыке Вагнера).

Тема национализма как идеологии, разделяемой автором и его героем, обосновывается и политическими, и психологическими факторами. В тексте приводится и культурологическое объяснение национализма через ссылку на тот список текстов и фильмов, который повлиял на мировоззрение как самого автора, так и его героя: это «Заводной апельсин» Э. Бёрджеса, труды Ф. Ницше, германская мифология, фильм «Прирождённые убийцы» и некоторые другие произведения. С опорой на художественную традицию изображения «сверхчеловека» В. Федорович создаёт в собственном сочинении героя-убийцу, не испытывающего нравственных мучений от содеянного, наделенного способностью манипулировать другими людьми и получающего наслаждение от собственной власти. Этот персонаж оказывается интеллектуально выше, чем другие представители националистического движения, – он тот, кого автор считает героем своего времени, тот, кто видит эстетику в убийствах и жаждет славы: *«Как и все хорошие ремесленники, через некоторое время Виктор перестал радоваться просто очередному событию, но стал искать красоту и эстетику в убийстве. Удачный бросок, удар, колющий ножом – радовали в той мере, в какой они были совершенны. А больше всего Виктор радовался, когда по телевизору практически в каждой программе про скинхедов показывали нарезку из ролика «Формата 18», снятого у гук-общаг – с его личным участием. Так проходила земная слава».* Насилие рассматривается автором как естественное проявление человеческой сущности, и положительная оценка начилия обнаруживается на протяжении всего текста.

Сколь бы ни были различны персонажи националистических движений, о которых пишет автор (они могут быть умными и глупыми, обаятельными и уродливыми), враг для этих «героев» одинаков и не имеет лиц и имен. Для характеристики этого

врага автор использует в основном номинации *хач (хачи), кавказец (кавказцы), азер, чуркогук, гук*. В тексте эти номинации используются как совершенно нейтральные обозначения тех, на кого нужно нападать. Основным врагом националистов, как это следует из текста, являются именно представители Кавказа и Азии, а также китайцы, которые становятся объектом «охоты», для их характеристики используются слова «дичь», «трофей» и другие единицы семантического поля «охота». В самых жестоких убийствах рассказчику видится своеобразная эстетика, он восхищается слаженностью действий, умением организовать убийство. Описание убийств со смакованием насилия, жестокости, садизма, оформленные в тексте как лирические отступления, несут признаки речевой агрессии, а выражаемое рассказчиком положительное отношение к происходящему направлено на формирование у читателя представлений о том, что такие действия не только допустимы, но ими можно восхищаться, оставив в стороне нравственный аспект. В убийстве представителей иных наций увидено даже некое мессианство, героем становится тот, кто очищает страну от «нечисти»: *«Темная сторона жизни, столь хорошо известная Виктору, изобиловала немислимым количеством всевозможной дряни и накипи рода человеческого. Убил цыганку-наркоторговку – оборвется вся цепочка грабежей, краж, угонов и прочей мерзости, которые бы сотворили те, кто с ее помощью скололся. Может быть, кто-то из них и купит потом у другой – а может быть, и нет. Так и будут жить те, кто никогда не пострадал от последствий зла, которое так и не наступило – так об этом и не узнав. Это давало ощущение власти над какой-то частью мироздания, инструментом воздействия на которое становились ножи и арматура»*.

На фоне выражаемого пренебрежительного отношения к представителям других национальностей, которые даны в книге обобщенно как дичь и предмет охоты (обозначая совокупность представителей иных национальностей, автор использует слово «штука»), в тексте создаются портреты лидеров и участников националистических движений, главным из которых является Виктор. Именно с этим персонажем связаны попытки идеализации насилия и того образа жизни, который ведет главный герой. В наиболее явном виде это обнаруживается в последней главе и сцене у озера, где в описании пейзажа и диалогов героев явно

прослеживается романтизация образа Виктора и его жизненного пути. В заключительной главе текста рассказчик, идеалистически описывая ночную встречу с Виктором (ночное озеро, костер, светловолосая девушка), приходит к мысли о том, что убийство может дать свободу, и, хотя автор или рассказчик осознаёт опасность такой свободы, он все равно считает образ жизни Виктора закономерным и привлекательным и не испытывает сострадания к тем, кто был им убит: *«Достойны ли жалости те, кто проиграли войну за выживание? С моей точки зрения, нет. Мы не жалеем и не замечаем тысячи и миллионы смертей дичи, добытой хищниками, или животных, не нашедших пищи и умерших от голода и холода – так устроена жизнь. Зайчики и мышки хотя бы симпатичные и осознанно не делают ничего плохого. Чего нельзя сказать о разной дряни, которая виновата если не своей мерзостью, так своей слабостью».*

К семантическим трудностям, возникающим при анализе художественного текста, следует отнести отсутствие или редкое употребление слов, называющих расы, нации, социальные группы в общереферентном контексте: обычно унизительные номинации лиц используются для обозначения конкретных персонажей текста. Например, в тексте художественной сказки «Жид-вампир» одноименный герой не является обобщенным представителем этнической группы, это наименование одного из персонажей, которому в самом начале фильма дается следующая характеристика:

*Раз в лесу устроил пир кровожадный жид-вампир.*

*Кровь младенцев христианских он хлестал, словно кефир,  
запекал детей в мацу, вились пейсы по лицу.*

*Сладок вкус российской плоти Иудею-подлецу.*

Проблемными для лингвистической экспертизы являются тексты комического, пародийного содержания, к которым, безусловно, относится названный выше текст сказки и снятый по сценарию сказки фильм. С точки зрения жанровых, стилистических, языковых особенностей текст сказки «Жид-вампир» заимствует в качестве прототипа литературную сказку Л. Филатова «О Федоте-стрельце», в результате рождается постмодернистский текст, состоящий из множества цитат, аллюзий, содержащий и словесные, и визуальные отсылки к прецедентным текстам, лицам и ситуациям. Комическое осмысление охватывает все уровни исследуемого текста: и сюжет, и персонажей, и окружающие обстоятельства.

Объектом комического в области идей являются всякого рода стереотипы и предрассудки, причем распространенные и давно признанные таковыми. К таким предрассудкам относятся представления о евреях как тех, кто пьёт кровь младенцев, бурятах как людях далеких от цивилизации, русских как пьющих людях. Кроме того, это религиозные, политические и другие стереотипы, например, стереотипные представления об интеллигентах (например, Бурят, оценивая Иннокентия как представителя интеллигенции, приписывает ему любовь к творчеству Б. Окуджавы, и произносит: «*Ха, Арбат – что за фигня!? Окуджавой кинь в меня!*»). Это и стереотипы о Москве («*Ну, конечно, вам с Москвы видно все, аж до Тувы!*»), и стереотипы о жителях города и деревни («*Я питастья своего не сменяю ни на кого, что мне в городе предложат? Консерванты, ГМО!*»). При этом стилистическое снижение (в тексте фильма активно используются разговорно-сниженная лексика, встречаются грубые и вульгарные слова, обсценизмы) также служит созданию комического. Все происходящее в фильме относится к области художественного вымысла, не имеющего прямого отношения к реальным событиям и лицам, и помещено в комический контекст. Текст представляет собой своеобразную (в жанре сказки с элементами абсурда) пародию на современное общество, его социальные условности и символически уподобляет общество, живущее стереотипами, балагану. Разнообразные социальные нормы подвергаются критической оценке, карнавальному переворачиванию, парадоксальному переосмыслению, фильм построен на балансировании между теми темами, над которыми можно смеяться и над которыми смеяться нехорошо с точки зрения этики.

Таким образом, аксиологическая направленность художественного текста по делам о противодействии экстремизму позволяет использовать семантический и коммуникативно-прагматический анализ. Семантический анализ предполагает выявление диктумной и модусной составляющих текста, коммуникативно-прагматический анализ направлен в первую очередь на характеристику иллокутивного содержания и требует исследования приёмов речевого воздействия на читателя. Однако диффузность модальных значений в тексте, имплицитный характер авторской позиции, различная степень авторизации в тексте – всё это, формирующее содержание и коммуникативную перспективу художественного текста, оставляет пока нерешенными многие вопросы лингвистической экспертизы.

## ЛИТЕРАТУРА

Кукушкина О. В., Сафонова Ю. А., Секераж Т. Н. Теоретические и методические основы производства судебной психолого-лингвистической экспертизы текстов по делам, связанным с противодействием экстремизму. – М.: ФБУ РФЦСЭ при Минюсте России, 2011. 326 с.

Матвеева О. Н. Художественный текст как объект лингвистической экспертизы // Юрислингвистика, 2007. № 8. С. 370-372.

### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Плотникова Анна Михайловна*

*Место работы и должность: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, ведущий эксперт, Уральский региональный центр судебной экспертизы Минюста России, доктор филологических наук, профессор кафедры современного русского языка*

*E-mail: annamp@yandex.ru*

## **Е. В. Полюгова**

Нижний Тагил (Россия)

### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНВЕКТИВНОЙ ЛЕКСИКИ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ**

***(на примере агитационных материалов  
избирательной кампании партии «Справедливая  
Россия» в Областную Думу Законодательного  
собрания Свердловской области 2010 года)\****

Язык – это один из источников социальных конфликтов. Конфликты неизбежно возникают при использовании языка его носителями в острых, социально значимых ситуациях, к которым относят и предвыборную агитационную кампанию. Способы разрешения таких конфликтов выходят за рамки естественно-языковых механизмов (системы языковых и этико-языковых норм) и переходят в сферу действия права и законов. Рассмотрение исков о защите чести и достоинства личности сопряжено, как правило, с немалыми трудностями, прежде всего потому, что не разработаны его научные принципы. Единственный легитимный источник – пометы толковых словарей. Это спорный для юридической лингвистики момент. Часть инвективной лексики сознательно не включается в словарь, но именно такая лексика часто бывает источником конфликтов. В доступной литературе

---

\* Работа выполнена в рамках гранта Президента для поддержки молодых ученых: МК-2720.2013.6 «Убеждение и доказательство в современном политическом дискурсе».

© Полюгова Е. В., 2013.

отсутствует анализ места инвективной лексики в языковой системе, не ограничена инвективная лексика, не определены её особенности в различных языках. Такое состояние приводит к формированию научного противоречия между потребным знанием и его отсутствием. Стоит отметить, что в последнее время возрос интерес к политической лингвистике в связи с недостаточной изученностью и спорностью большого количества вопросов, связанных с определением причин появления в предвыборных кампаниях бранной и инвективной лексики.

Прилагательное «инвективный» – производное от существительного «инвектива». Это существительное, означающее «резкое выступление против кого-, чего-либо; оскорбительная речь; брань, выпад», восходит к лат. *investiva oratio* (бранная речь). Инвективную лексику и фразеологию составляют слова и выражения, заключающие в своей семантике, экспрессивной окраске и оценке оскорбление личности адресата, интенцию говорящего или пишущего унижить, оскорбить, обесчестить, опозорить адресата своей речью (или объекта оскорбления), обычно сопровождаемую намерением сделать это в как можно более уничижительной, резкой, грубой или циничной форме (реже прибегают к «приличной» форме – эвфемизмам, вполне литературным) [Понятие чести... 2004: 75].

К инвективной лексике по разным источникам относятся: ругательная нелитературная лексика, чаще всего взятая из жаргонов и диалектов; обценная лексика (мат); грубопросторечная (ненормативная) лексика; литературные слова и выражения 1, 2, 3 и 5 разрядов [там же: 29].

Честь и достоинство – это оценочные и связанные между собой нравственные категории. Отрицать или умалять эти качества другого человека – значит позорить его в представлении других людей.

Лингвистическая экспертиза – один из видов лингвистического исследования, который назначается уполномоченным лицом (органом) с целью установления юридически значимых фактов. Чаще всего объектами лингвистических исследований становятся публикации в печатных или устных средствах массовой информации. Целью экспертизы является выяснение истинности/ложности, возможности/невозможности описательных высказываний об объекте посредством проведения тщательного исследования.

28 октября 2006 года состоялся VII съезд партии «Родина», принявший решение о переименовании в партию «СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ: РОДИНА / ПЕНСИОНЕРЫ / ЖИЗНЬ». В этот же день практически одновременно на съездах Российской партии ЖИЗНИ и Российской партии Пенсионеров были приняты решения о прекращении деятельности партий и их вхождении в партию «СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ: РОДИНА / ПЕНСИОНЕРЫ / ЖИЗНЬ».

Из 8 представленных разрядов инвективной лексики в текстах «Справедливой России» были найдены инвективы всех разрядов.

**1 разряд инвективной лексики (слова и выражения, с самого начала обозначающие антиобщественную, социально осуждаемую деятельность):**

1. *Пружина народного гнева скоро распрямится и сметет казнокрадов и коррупционеров* (а.б. от 01.03.2010);

2. *Бурков расследовал «дело о хлебных кредитах», попытки передела собственности в алюминиевом комплексе области и другие громкие коррупционные дела* (а.б. от 01.03.2010);

3. *Чиновники-коррупционеры* изо всех сил пытались убрать неугодного Буркова (а.б. от 01.03.2010);

4. *Именно поэтому махинаторы* сегодня бьются в агонии и готовы пойти на самые чудовищные преступления! (а.б. от 01.03.2010);

5. Главным соперником оказался Федулев, которому приписывали славу *мафиозного магната* (а.б. от 01.03.2010);

6. *И нас, пенсионеров, снова хотят обмануть!* (а.б. от 22.02.2010);

7. *Налоговая система* дает чиновникам возможность *воровать* (а.б. от 01.03.2010)

Эти слова и выражения, обозначающие антиобщественную, социально осуждаемую деятельность, направлены на то, чтобы оскорбить адресата и дать ему клеветническую характеристику (например, *казнокрады* и *коррупционеры*, *махинаторы*). Первый разряд инвективной лексики является распространенным приемом (21%) и используется в печатных агитационных материалах партии «Справедливая Россия».

**2 разряд инвективной лексики (слова с ярко выраженной негативной оценкой, фактически составляющей их ос-**

новой смысл, также обозначающие социально осуждаемую деятельность или позицию характеризуемого):

1. *Хватит терпеть беспредел!* (а.б. от 22.02.2010);
2. *Цель провокаторов очевидна – украсть у уральцев победу!* (а.б. от 01.03.2010);
3. *Начинает бороться против незаконной приватизации Уралмаша* (а.б. от 22.02.2010);
4. *Негодяи исполнили грязный заказ с особым цинизмом* (а.б. от 01.03.2010);
5. *То, что сегодня происходит на Урале – плевок в лицо каждому, кто считает себя свободным человеком* (а.б. от 01.03.2010).

Такого рода слова (*провокаторы, наглое вранье, лживые обещания*), обращенные к какому-либо лицу без достаточного основания и доказательства, воспринимаются и расцениваются как клевета. Второй разряд инвективной лексики – достаточно распространенный прием (18%) в агитационных материалах партии «Справедливая Россия». Использование данного разряда свойственно печатным агитационным материалам.

**3 разряд инвективной лексики (названия некоторых профессий, которые приобрели резко негативную оценку, обычно сопровождаемую экспрессией неодобрения, презрения):**

1. *Все знают, какими методами действуют сейчас недобросовестные чиновники* (а.б. от 01.03.2010);
2. *По мнению экспертов 70 процентов платежей за коммунальные услуги разворовываются «ушлыми» коммунальными чиновниками* (а.б. от 22.02.2010);
3. *Это партия олигархов и чиновников!* (а.б. от 01.03.2010);

Третий разряд инвективной лексики – нераспространенный прием в агитационных материалах партии «Справедливая Россия» (6%). Использование данного разряда свойственно печатным агитационным материалам. Резко негативную оценку приобретает такое слово как *чиновник*.

**4 разряд инвективной лексики (метафоры, отсылающие к названиям животных и подчеркивающие какие-либо отрицательные свойства человека):**

1. *И сегодня нас, словно послушный скот, хотят заставить в стойло?!* (а.б. от 01.03.2010);

2. Неужели несчастных бюджетников, словно **скот**, погонят на избирательные участки? (а.б. от 22.02.2010);

3. Если депутатов «Справедливой России» будет большинство, то мы сможем быстро свернуть шею **коммунально-чиновничьей гидре** в Свердловской области и установить справедливый размер оплаты за услуги ЖКХ! (а.б. от 01.03.2010);

4. Как **коррупционно-олигархический спрут** выжимает из нее последние соки (а.б. от 01.03.2010).

Следует заметить, что и этот разряд используется нечасто в агитационных материалах (6%).

**5 разряд инвективной лексики (глаголы с осуждающим значением или прямой негативной оценкой):**

1. **Дурят** нашего брата! (а.б. от 22.02.2010);

2. Мы их вырастили, выучили, а они **плюнули** нам в душу! (а.б. от 22.02.2010);

3. **Нерадивые олигархи вымывали** деньги в оффшорную зону (дебаты, телеканал «Россия 1-Урал»);

4. Им уже **плюют** вслед (а.б. от 01.03.2010);

5. По мнению экспертов, в России коррупционная емкость бюджетов (проще говоря, сколько **воруют** с помощью разных схем) по самым скромным подсчетам составляет 15 процентов (а.б. от 22.02.2010).

Отметим, что партия «Справедливая Россия» активно использует этот разряд инвективной лексики (**зажрать**, **задушить**, **плевать**, **драть**). Это распространенный прием в агитационным материалах партии (15%).

**6 разряд инвективной лексики (слова и словосочетания, в самом значении которых заключена негативная оценка кого-либо как личности, с достаточно сильной негативной же экспрессией):**

1. Или за эту партию **голосуют** только те, кто **тронулся умом**? (а.б. от 22.02.2010);

2. Те, кто боится вслух **послать начальство куда подалее, держат фигу** в кармане и ведут «партизанскую войну» (а.б. от 01.03.2010);

3. Кому выгодно, чтобы от 40 миллионов нищих российских пенсионеров скрывали правду и **«заливали»** им глаза «си-ним туманом»? (а.б. от 22.02.2010);

4. Раскрытие чудовищного плана «оболванивания» на выборах жителей Урала вызвало бурю негодования среди простых людей (а.б. от 22.02.2010).

Этот разряд является очень распространенным в агитационных материалах партии (22%). Используются такие слова, как: *подонки, негодяй, мерзость, болван*.

**7 разряд инвективной лексики (эвфемизмы для слов первого разряда, сохраняющие тем не менее их негативно-оценочный характер):**

1. *Почему мы терпим издевательства олигархов и их «опричников»?* (а.б. от 22.02.2010);

2. *Работать здесь никто не хотел – все «жирные куски» поделили* (а.б. от 22.02.2010);

3. *Мы не хотим жить и работать в области, полной марионеток* (а.б. от 01.03.2010);

В отличие от предыдущих партий, где инвективная лексика 7 разряда не была распространенным приемом, партия «Справедливая Россия» активно использует слова в переносном, ироничном, уничижительном значении (8% инвективов этого разряда).

**8 разряд инвективной лексики (специальные негативно-оценочные каламбурные образования).**

1. *Олигархиада -2010 (заголовок)* (а.б. от 22.02.2010);

2. *За борьбу против «прихватизации»* (а.б. от 01.03.2010);

3. *Причем, некоторые коммунальщики грозят отключением воды, электричества и газа тем, кто не захочет выполнять их «хотелки»* (а.б. от 01.03.2010).

Эти слова подчеркивают активное неприятие адресата, его деятельности, поступков со стороны пишущего (говорящего). Слова этого разряда, как правило, дают негативную оценку и оскорбительный намек. Заметим, что эти слова используются неактивно в агитационных материалах партии «Справедливая Россия» (4%).

Таким образом, в агитационных материалах партии «Справедливая Россия» наблюдается использование всех восьми разрядов оскорбительной лексики. Нами замечено 72 примера инвективов. Частотны в использовании 1 разряд (15 примеров), 6 разряд (15 примеров).

Общество с опасением констатирует широкую экспансию ненормативной речевой стихии, подчеркивая при этом, что она представляет серьезную опасность для стабильного литературного языка, так как расшатывает сложившуюся систему литературных норм, ведет к деградации культуры речи.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Иссерс О. С. Речевое воздействие. – М., Флинта, 2009

Как провести лингвистическую экспертизу спорного текста? Памятка для судей, юристов СМИ, адвокатов, прокуроров, следователей, дознавателей и экспертов // Под ред. проф. М. В. Горбаневского. М.: Юридический Мир, 2006 г. [Сер. «Библиотечка юриста СМИ»]. 112 с.

Ожегов С. И. Словарь русского языка. М.: Оникс; Мир и образование, 2008. 1200 с.

Орлов А. С. Введение в коммуникационный менеджмент: учеб. пособ. для студ. вузов. М.: Гардарики, 2005. 367 с.

Понятие чести, достоинства и деловой репутации. Спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами. // Под ред. А. К. Симонова и М. В. Горбаневского. М.: Медя, 2004. 328 с.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Пологова Елена Владиславовна*

*Место работы и должность: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, заместитель директора Института филологии и массовых коммуникаций*

*E-mail: hellenep@yandex.ru*

**Е. В. Постникова**

Челябинск (Россия)

### **РЕАЛИЗАЦИЯ РЕЧЕВОЙ СТРАТЕГИИ ДИСКРЕДИТАЦИИ В ДИСКУРСЕ ФИДЕЛЯ КАСТРО**

Политическая коммуникация приобрела особую значимость для современного общества в связи с ее широким распространением. В настоящее время трудно представить человека, который бы не имел доступа к информации о событиях, происходящих на политической сцене. Таким образом, современные СМИ предоставляют общественным деятелям возможность непосредственного и непрерывного участия в борьбе за своих сторонников.

Именно борьба за власть, ее сохранение и удержание характеризуют основную цель политического дискурса, интерес к

которому проявляется со стороны ряда наук: политологии, социологии, социальной психологии, а также лингвистики. Особенности данного типа дискурса обусловили необходимость возникновения специальной дисциплины, политической лингвистики, которая занимается изучением механизмов политической коммуникации, отвечая на растущий интерес общества к данной проблеме [Чудинов 2009: 6].

В рамках политической лингвистики не случайно появляется много исследований, направленных на изучение коммуникативных стратегий и тактик, а также приемов их реализации. Условия жесткой конкуренции на политической арене определяют многообразие и изменчивость способов воздействия на аудиторию.

Одной из наиболее действенных, по мнению исследователей, стратегий в политическом дискурсе является стратегия дискредитации, сущность которой заложена в подрыве доверия к кому-либо или чему-либо, умалении авторитета и значения кого-либо или чего-либо [Карякин 2009: 165]. С точки зрения психологии эффективность дискредитации объясняется принципом контраста, который усиливает различие между двумя противопоставленными друг другу вещами [Чалдини 2006: 27]. В типологии, предложенной О.С. Иссерс, стратегия дискредитации относится к группе основных речевых стратегий, наиболее значимых «с точки зрения иерархии мотивов и целей» [Иссерс 2009: 106].

Предметом исследования в настоящей статье является реализация речевой стратегии дискредитации в дискурсе Фиделя Кастро. Анализируются статьи политика из колонки «Размышления», публикуемой в главной кубинской газете «Гранма». Статьи дублируются на интернет-портале Cubadebate. Колонка Фиделя Кастро является отражением личного мнения политика. Лидер кубинской революции не оставляет без внимания актуальные политические вопросы, проблемы мировой экономики, экологии, спорта. «Размышления» основываются на событиях, публикациях, выступлениях общественно-политических деятелей.

В качестве объектов дискредитации в речах Фиделя Кастро выступает, прежде всего, идеологически враждебная политике капиталистическая система, ее сторонники и атрибуты.

Невозможно не отметить, что политик чаще всего обращается к тактикам прямого обвинения и резкого осуждения: "E/

*más genuino representante de un sistema de terror que ha sido impuesto al mundo por la superioridad tecnológica, económica y política de la potencia más poderosa que ha conocido nuestro planeta, es sin duda George W. Bush*". Фидель Кастро открыто и достаточно категорично отзывается о своих оппонентах: *"...llevamos más de 50 años denunciando a esos hipócritas", "Su 'diplomacia de los derechos humanos' es pura hipocresía", "Saakashvili, un aventurero de extraña historia"*.

Дискредитация авторитета политической фигуры или организации осуществляется через тактику насмешки, в реализации которой участвуют ирония и сарказм: *"¡Qué temeridad! Los premios Nóbel debieran entregarse también a los supervalientes que corren el riesgo de muerte o mutilación, después de oprimir almuero familiar, con una espina de pescado atravesada en la garganta"*. Мишенью для критики в данном случае становится размеренный и сытый образ жизни политика и отсутствие объективности, по мнению Фиделя Кастро, решений Нобелевского комитета.

Среди приемов, характеризующих индивидуальный стиль политика, следует отметить антифразис – употребление слов в смысле, прямо противоположном, их настоящему значению. Комический эффект такой фигуры достигается при взаимодействии с контекстом.

В статье «El mundo maravilloso del capitalismo» (Чудесный мир капитализма) от 1 апреля 2012 года, реализуя тактику насмешки, автор использует антифразис в заголовке, обратный смысл которого открывается читателю по мере ознакомления с текстом статьи: *"¡Verdad compatriotas que el capitalismo es cosa maravillosa! Quizás nosotros seamos culpables de que cada ciudadano no tenga un submarino particular en la playa"*. Эмоциональное воздействие в подобных случаях усиливает восклицание: *"¡Qué susto! Por poco me muero al leer las declaraciones de la U.D.I. (Unión Demócrata Independiente) "*.

Важную роль в реализации стратегии дискредитации играют метафоры, при помощи которых у читателя формируются яркие и запоминающиеся образы, такие как, например хищная птица НАТО: *"La OTAN, ave de rapiña empollada en las faldas del imperio yanqui"*; или Джордж Буш – бык агрессивной бойцовой породы миура: *"¿A este pequeño miura moral tampoco el pueblo norteamericano lo puede agarrar por los cuernos?"*.

В статье «Bush en el cielo» (Буш на небе) Фидель Кастро представляет деятельность руководства Белого дома (США) в виде ироничного сравнения с сумасшедшим домом: *“Vemos a nuestro alrededor un gran trajín, cual si viviéramos en una casa de locos. Nuestros conocidos personajes continúan su agitado andar”*. В доказательство своей точки зрения политик продолжает, перечисляя поспешные действия и многочисленные переезды своих оппонентов: *“De Brasil y Chile, Condoleezza prosiguió vuelo a Moscú,... En Bagdad se conocen las aventuras de McCain y Cheney...Bush discursaba en Washington...Cheney no para. Arranca para el Sultanato de Omán...McCain tampoco para. Monta en helicóptero...Viaja a Jerusalén,... Bush, por su parte, habla el 17 por una razón, el 18 por otra, y el 19 por el inicio de su genial guerra...Cheney y McCain compiten,... De Jerusalén, McCain salta a Londres...Cheney salta a Afganistán”*. С целью подчеркнуть динамику и суетливость происходящего Ф.Кастро использует так называемое Presente Histórico (настоящее время вместо прошедшего).

Намерение автора представить оппонента с наихудшей стороны может быть реализовано с помощью включения прецедентных имен, которые вызывают в сознании читателя устойчивые отрицательные ассоциации. Таким образом, в статье «La envidia de Goebbels» (На зависть Геббельсу) Фидель Кастро критикует американскую операцию по вывозу 14 тысяч кубинских детей «Питер Пэн». Сравнение действий военных США с методами пропаганды нацистского министра усиливает дискредитирующий эффект.

Дискредитации подвергаются моральные качества и профессиональная (общественно-политическая) деятельность. Кастро редко обращается к дискредитации интеллектуальных и физических качеств, однако в некоторых случаях политик все же прибегает к высмеиванию подобного рода: *“Bush declara que miró a los ojos de su interlocutor ruso y leyó su pensamiento —es lo que hace con el teleprompter—, pero no explicó si escrito en inglés o en ruso”*. Образ 43-го президента Джорджа Буша-младшего всегда подвергается жесткой критике и дискредитации в статьях Фиделя Кастро: *“A Bush se le ha visto hacer extrañas y enajenadas muecas, mientras hablaba en actos oficiales ante senadores y representantes de Estados Unidos”*.

В статьях «Размышлений» ирония нередко носит язвительный характер: *“Era algo difícil de creer, el Ministro inglés ganó*

*el "Oscar"; era un manojo de nervios, estaba tenso, hablaba como un loco, daba la impresión de que escupía las palabras".* С одной стороны осмеянию подвергается манера выступления английского министра, с другой стороны фраза содержит косвенное обвинение в наигранности, неискренности (был достоин премии «Оскар»). Указание на нечестность политика ведет в потере доверия аудитории и снижению авторитета политика.

Речевая стратегия дискредитации играет важную роль в формировании общественного мнения. Основными тактиками в дискурсе Фиделя Кастро являются обвинение и насмешка. Чаще всего умалчивается значимость моральных качеств оппонента и его политические убеждения, реже – интеллектуальные способности. Для достижения необходимого воздействия политик прибегает к определенным языковым средствам: ирония, антифразис, метафора. Поводом к дискредитации авторитета и значимости того или иного политика или целой политической системы в большинстве случаев является неискренность, продажность, погоня за наживой, агрессия по отношению к слабым, двойные стандарты.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: ЛКИ, 2008. 288 с.

Карякин А. В. Стратегия дискредитации как способ реализации речевой агрессии // Вестник ВолГУ. Сер. 2: Языкознание. 2009. №2. С.163-167.

Чалдини Р. Психология влияния. СПб: Питер, 2006, 286 с.

Чудинов А. П. Современная политическая коммуникация : учеб. пособие. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т. 2009. 292 с.

#### **ИСТОЧНИКИ**

Castro Ruz, F. Reflexiones del compañero Fidel. URL: <http://www.cubadebate.cu/categoria/reflexiones-fidel> (дата обращения: 25.08.2013)

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Постникова Елена Владимировна*

*Место работы и должность: Южно-Уральский государственный университет, Лингвистический центр*

*E-mail: anelhe@mail.ru*

**Д. В. Резниченко**  
Екатеринбург (Россия)

## **ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ В ЕКАТЕРИНБУРГЕ КАК ПРЕДМЕТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

Проблема трудовой миграции и межэтнические конфликты в настоящее время, безусловно, являются актуальной проблемой для жителей России. В целях диагностики данной социальной проблемы в г. Екатеринбурге авторами статьи был проведен анкетный опрос трудовых мигрантов с февраля по апрель 2013 г. Объем выборочной совокупности составил 301 человек, тип выборки – случайная простая.

Структура опрошенных мигрантов по национальному признаку соответствует структуре миграционных потоков на территорию Свердловской области по статистическим данным УФМС за 2012 г. (см. [www.ufms-ural.ru](http://www.ufms-ural.ru)). В рамках социологического исследования было опрошено 36,5 % узбеков (110 респондентов), 36,5 % таджиков (110 респондентов), 19,9 % киргизов (60 респондентов), 7 % вьетнамцев (21 респондент).

Несомненно, феномен трудовой миграции из стран СНГ уже не является новым для современной России. По результатам социологического опроса мигрантов на территории г. Екатеринбурга 38,5 % респондентов проживает в России более 3 лет, еще 32,2 % проживает на протяжении от 1 года до 3 лет, менее 1 года 24,9 % опрошенных. Только 4,3 % мигрантов заявило, что приезжают в РФ наездами (сезонно).

Следующий вопрос анкеты носил проективный характер: «Как долго Вы планируете находиться в России?». Основная часть респондентов (39,9 %) затруднилось с ответом на данный вопрос, что может свидетельствовать об отсутствии стабильности в работе и жизни мигрантов, о «неуверенности в завтрашнем дне». Тем не менее, более половины опрошенных планирует задержаться в России на длительный срок: планируют находиться более 1 года – 27,2 %, планируют находиться постоянно – 24,6 %. Такое распределение ответов в значительной мере опровергает расхожий тезис о том, что мигранты из стран СНГ рассматривают работу в России как вид сезонного заработка. Только 5 % опрошенных планирует находиться в РФ не более 1

года и 3,3 % планируют работать в Екатеринбурге всего несколько месяцев.

Нестабильное положение мигрантов закрепляется и их статусом нахождения на территории РФ. Подавляющее большинство опрошенных (89,7 %) заявило, что находятся в России на условиях временного проживания и только 10,3 % находятся на условиях постоянного проживания.

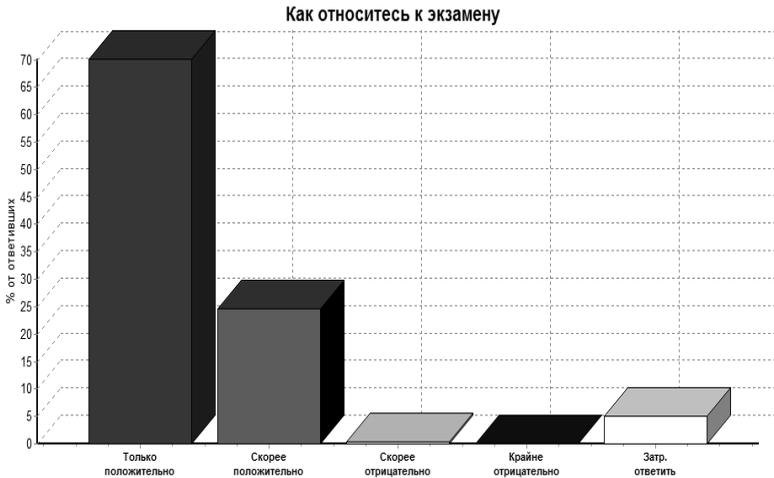
Разумеется, большая часть опрошенных в настоящее время имеет место постоянной или временной работы (65,8 %), так как, во-первых, заработок – это основная цель пребывания мигрантов на территории РФ, а во-вторых, без источника доходов приезжим сложно выживать за пределами своей страны. Тем не менее, рынок труда не способен обеспечить 100 % мигрантов возможностью быстрого трудоустройства – 28,6 % опрошенных в настоящее время находится в активном поиске работы и только 5,7 % не имеют постоянной работы и не предпринимают попыток ее найти.

Сфера занятости трудовых мигрантов уже становится традиционной: в сфере торговли трудится 17,9 % опрошенных, транспорта – 16,6 %, в жилищно-коммунальном хозяйстве 10 %, в строительстве – 9 % опрошенных. Примечательно, что практически треть мигрантов (29,9 %) не имеет постоянной работы.

Более половины респондентов (56,8 %) считает, что условия их труда можно оценить как хорошие и только 9,6 % оценивают их как средние и плохие – 2 %. Затруднилось оценить условия своего труда 31,6 % опрошенных.

Следующий вопрос анкеты звучал так: «Слышали ли Вы о введении экзамена по русскому языку для въезжающих на территорию РФ?». Как ни странно, большинство приезжих слышало о экзамене – 97 % опрошенных и только 3 % ничего не слышало об этом нововведении!

**Диаграмма 1**



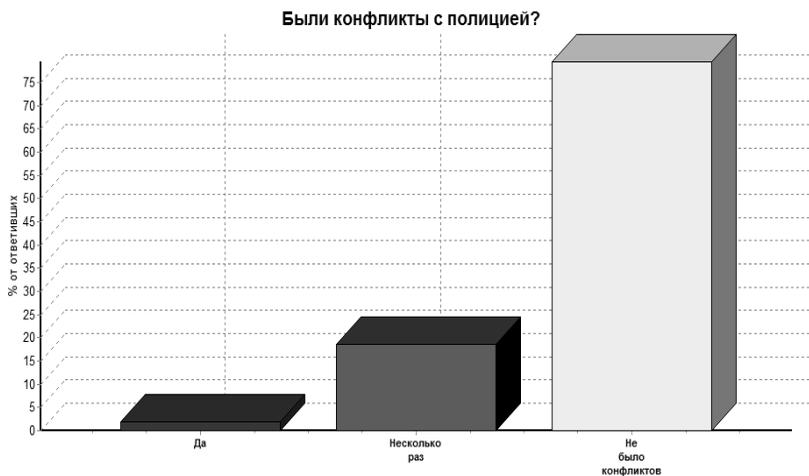
Практически все опрошенные граждане одобряют проверку знаний русского языка для трудовых мигрантов въезжающих на территорию России (оценивают только положительно 70,1%, скорее положительно 24,6%), отрицательно о данной процедуре высказался только один респондент (0,33% от массива опрошенных). Можно предположить, что опрошенные мигранты одобряют экзамен по русскому языку как ограничительную меру в условиях высокой конкуренции на рынке труда легальной и нелегальной рабочей силы. Однако, данная гипотеза требует эмпирической верификации, возможно, при опросе мы получили социально ожидаемые ответы.

Нерегулируемая трудовая миграция из стран СНГ становится важной социальной проблемой и фактором роста социального напряжения. Тем не менее, большинство опрошенных мигрантов (82,7 %) предпочло заявить, что не сталкивалось с неприязненным отношением со стороны местного населения. Периодически сталкивается с подобного рода конфликтами 15 % опрошенных мигрантов, еще 2,3 % опрошенных отметило, что сталкивается с конфликтами регулярно.

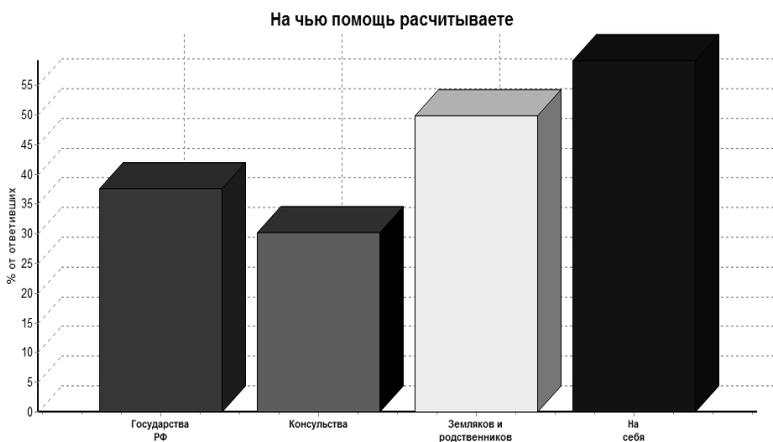
По мнению мигрантов, основная причина разногласий была связана с трудовыми отношениями – 8 % ответов. В конфликтах на бытовой почве принимало участие 4,3 % респондентов, еще 3,3 %

заявило, что конфликт был связан с межнациональными отношениями, различия в культуре и традициях как причину конфликта отметило 2,3% принявших участие в исследовании. Примечательно, что ни один респондент не отметил в качестве причины конфликта религиозные различия с местным населением.

**Диаграмма 2**



**Диаграмма 3**



Трудовые мигранты, находясь вдали от своей родины, в решении сложных жизненных ситуаций рассчитывают в первую очередь только на себя – 33,5% ответов. Далее следуют надежда на помощь земляков и родственников – 28,2% ответов, еще 21,5% опрошенных возлагают надежды на государственные органы РФ, на помощь посольства и консульства своей страны рассчитывает 17,1 % мигрантов.

**Диаграмма 4**



Примечательно, что практически половина опрошенных мигрантов (45,6%) не нуждаются ни в какой помощи. Треть опрошенных (32,1%) нуждаются в трудоустройстве, еще 11% необходима помощь в поиске жилья, на третьем месте находится потребность в юридической консультации (5,2%) и помощь в оформлении документов для регистрации в РФ.

Таким образом, результаты эмпирического исследования показывают важность проблемы нелегальной трудовой миграции и межэтнических конфликтов для города Екатеринбурга. Отсутствие единой государственной миграционной политики обуславливает необходимость изучения феномена трудовой миграции и в дальнейшем прикладном социологическом анализе.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Резниченко Денис Владимирович*

*Место работы и должность: Институт международных связей, кандидат социологических наук, доцент, декан факультета международных экономических отношений*

*E-mail: reznichenkod@mail.ru*

**Н. Б. Руженцева**  
Екатеринбург (Россия)

## **ПРОТЕСТНЫЙ КОММЕНТАРИЙ КАК ЖАНР ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА\***

Жанр комментария в настоящее время занимает все большее место в СМИ, и в том числе – в сети Интернет. «Комментарий представляет собой актуальное публицистическое выступление, которое объясняет факты и явления с политических позиций, на которых стоит автор. Основное требование к этому жанру – лаконичность и точность оценки автором происходящего... Комментарий может иметь пропагандистскую, критическую, сатирическую, полемическую окраску в зависимости от конкретного повода» [Грабельников 2004: 223-224].

Направленность комментария может быть экономической, политической, социальной, внутринациональной и межнациональной. Однако в любом случае комментарий относится к аналитическим жанрам, и внутренняя его аналитичность детерминирует появление все новых и новых разновидностей комментария, к которым, без сомнения, относится «протестная разновидность», широко распространенная в настоящее время в сети Интернет.

Протестный политический комментарий в самом общем виде имеет следующую формально-смысловую структуру и прагматическую рамку.

**ТЕМА** комментария: событие, цепочка событий или общественная тенденция, связанные с действиями Государственной власти и вызывающие резкое неприятие автора.

**СТРУКТУРА**: нежесткая, тезисно-аргументативная, аргументы имеют в большинстве случаев не фактологический, а ценностный характер, то есть содержат «ссылки на оценки и нормы (идеологические, политические, правовые, культурные, религиозные), привлеченные в качестве обоснования тезиса» [Тертычный 1992:10].

**СТИЛЬ**: публицистический, с большим числом разговорных и разговорно-просторечных элементов и синтаксических конструкций, релевантных для разговорной речи.

---

\* Работа выполнена в рамках государственного задания Министерства образования и науки РФ (проект 6.2985.2011 — «Политическая метафорология»)  
© Руженцева Н. Б., 2013

**АВТОР:** человек, абсолютно не приемлющий и осуждающий действия как законодательной, так и исполнительной власти.

**АДРЕСАТ:** неопределенная группа людей (в данном случае – пользователей Интернета), которые стоят на тех же или противоположных/нейтральных позициях.

**ИНТЕНЦИЯ:** имеет выраженный воздействующий характер. Целью автора является трансляция собственной, глубоко личной точки зрения на события с участием властей, осуждение их действий. Данная интенция тесно связана с основными функциями автора протестного комментария, который выступает в роли «фильтра, пропускающего то, на чем фокусируется внимание», и мыслит себя «советником, помогающим понять суть проблем» [Littlejohn St. W. 1999:328].

Собственно **РЕЧЕВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ** протестного комментария обусловлена, на наш взгляд, следующей основной причиной. Ценностные аргументы, преобладающие в тексте, далеко не всегда удовлетворяют требованиям логики, а потому не являются истинными. Функцию замещения логики берет на себя, главным образом, ирония. В связи с проблемой юмора в политическом дискурсе И.Ф. Ухванова пишет: «Пилотажное исследование юмора в современном политическом дискурсе позволило выявить ряд повторяющихся в разных ситуациях идей, которые можно рассматривать как АРГУМЕНТАТИВНЫЕ ИДЕИ» [Ухванова 2000: 149]. Сказанное можно, на наш взгляд, в большей степени отнести к иронии, тезисно-аргументативную функцию которой мы попытаемся проиллюстрировать на материалах 4-х протестных комментариев, размещенных в Интернете (автор Иван Давыдов, литератор):

1. Страх и ненависть в жару. О государственном подходе к блатным ценностям (<http://lenta.ru/columns/2013/05/14/hot/>).

2. Государство в кавычках. Так называемая жизнь в России (<http://lenta.ru/columns/2013/05/21/state/>).

3. Неправильное время. Память – это оружие, которое всегда с ними (<http://lenta.ru/columns/2013/06/03/6may/>).

4. Сквозь разбитые очки. О смешных и необъяснимых законах (<http://lenta.ru/columns/2013/06/19/glass/>).

Обратимся к иронии как к способу репрезентации негативной оценки в заголовках и тезисах данных публикаций.

1. **ЗАГОЛОВОК: Страх и ненависть в жару. О государственном подходе к блатным ценностям** (комментируется законодательная деятельность Государственной Думы).

*ТЕЗИС: Долгие праздники погружают сограждан в философические размышления. Сограждане ищут ответа на вечные вопросы. Хорошо ли, что мы победили Гитлера? Можно ли кидаться дерьмом в тех, кто нас убивает? Как мы проживем теперь, когда из власти исчез единственный интеллигент? Споры длятся. Рабочая неделя началась, но не все пока успокоились. Хотя вопросы, что и говорить, убедительные. Кстати, дочитавший этот текст до конца сможет ознакомиться с правильными ответами. Такой вот будет бонус.*

Негативная оценка заложена уже в заголовке публикации посредством контраста, антитезы, пересекающейся с оксюморонным (**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ** подход – **БЛАТНЫЕ** ценности). Оксюморон проводится через весь текст, например: **ГОСУДАРСТВО** – в лице Мизулиной, Милонова и прочих, менее заметных, нащупав, наконец, национальную идею, взяв курс на возрождение традиционных ценностей и удаление ржавчины с духовных скреп, уперлось рогом именно в **БЛАТНУЮ МОРАЛЬ**. Ничего другого породить не смогло. И с загадочным энтузиазмом закрепляет **БЛАТНУЮ МОРАЛЬ ЗАКОНОДАТЕЛЬНО**. **ЗАКОН ОБ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА БАЗАР** уже приняли. Кажется, он называется «О клевете». **ЗАКОН О ЗАПРЕТЕ ПУТАТЬ РАМСЫ**, надо полагать, на подходе.

Тезис выстроен в виде цепочки вопросов, заключающих скрытую отсылку к широко известным прецедентным текстам: «Что делать?», «Кто виноват?» (возможна также аллюзия к А. Солженицыну: «Как нам обустроить Россию?»). В свою очередь, ирония заключается в том, что эти «вечные» вопросы давно уже стали предметом насмешек в российском обществе, ср., например, у М. Веллера:

*Чернышевский. Что делать?.. (Зажигает свечу). Что делать... (Садится, пишет). Что делать. (Рвет написанное, хватается за голову, раскачивается). Что делать!*

*Герцен (бьет в колокол). Бумм! (М. Веллер. «Б. Вавилонская»).*

Кроме того, ключ к иронии заключен в явном уклонении от истины и гипертрофированном пафосе вопросов, например:

*«Как мы проживем теперь, когда из власти изгнан единственный интеллеktуал»?*

**2. ЗАГОЛОВОК: Государство в кавычках. Так называемая жизнь в России** (комментируется деятельность ряда государственных органов – парламента, полиции, суда и др.).

*ТЕЗИС: Работу большинства государственных институтов просто нельзя обсуждать всерьез. Смысл любому утверждению о деятельности, например, парламента могут вернуть только кавычки и аккуратное использование словосочетания «так называемый».*

Иронический эффект и заголовку, и тезису придают устойчивые выражения «в кавычках» (ирон. шутл.), в данном контексте означающее, что государство не заслуживает присвоенного ему названия, и «так называемый» (пренебр.), которое употребляется для выражения иронического или презрительного отношения к кому-либо или чему-либо, имеющему какое-либо название» [Фразеологический словарь русского языка 2005]. Эти два выражения в качестве ключевых организуют целостное текстовое пространство протестного комментария: *«... К сожалению, парламентом дело не ограничивается. ТАК НАЗЫВАЕМАЯ полиция лихо подавляет «массовые беспорядки». ТАК НАЗЫВАЕМЫЕ политические партии и вне ТАК НАЗЫВАЕМОГО парламента ведут «работу» с населением. Собирают то есть ряженных и за малую мзду заставляют кричать глупости. Особенно, конечно, ТАК НАЗЫВАЕМАЯ правящая партия старается (у которой, ЧТОБЫ МЫ В УМЕСТНОСТИ КАВЫЧЕК НЕ СОМНЕВАЛИСЬ, и в лидерах птенец, и фоном – грозный двойник, ТАК НАЗЫВАЕМЫЙ Народный фронт). Правящая старается, но и прочие не отстают.*

**3. ЗАГОЛОВОК: Неправильное время. Память – это оружие, которое всегда с нами** (комментируются репрессивные действия власти, в том числе по отношению к участникам «болотного дела»).

Иронический и даже саркастический эффект достигается в заголовке выражением «неправильное время». В тексте есть историческая аллюзия к Великой Отечественной войне («правильному времени») и к Параду Победы, которым, верхом на белых лошадях, командовали маршалы Г. Жуков и К. Рокоссовский: *«Эти двенадцать (фигурантов «болотного дела». – Н.Р.) – они ведь, скорее всего, не хотели быть президентами,*

*водить в атаку батальоны и гарцевать перед восторженными толпами на белых скакунах. Или что там еще делают герои правильных времен? Они просто родились в неправильное время. Но теперь они – наши герои.*

ТЕЗИС: Иронический эффект достигается откровенно пародийным характером тезиса, репрезентированного в зачине текста: *Одному полицейскому наступили на ножку. Сильно наступили. Ножка потом болела. Другому полицейскому поцарапали пальчик. Из пальчика даже пошла кровь. А в третьего полицейского кинули пустую бутылку, пластиковую, и он так испугался, что только через год пришел в себя. И опознал-таки злоумышленницу, которая кидала бутылку. Это все не шутки, кстати, совсем не шутки. Это все «болотное дело» и потерпевшие по «болотному делу».*

Пародийный эффект достигается доведением ситуации до абсурда, нелепости и поддерживается в тексте другими разновидностями иронии: *«люди, которые совершили эти СТРАШНЫЕ ПРЕСТУПЛЕНИЯ»* (преувеличение, гипербола); *трое недалеких молодых людей, которые «ВЫМАНИЛИ У РОБКОГО ГРУЗИНА СМЕШНЫЕ 60 ТЫСЯЧ ДОЛЛАРОВ»* (опора на пресуппозиции массового адресата, противоречащие представлениям о «робких грузинах» и о «смешной сумме» в 60000 долларов), композиционным кольцом (*«... И до этого, конечно, судили и сажали людей за политику. Но никогда – за случайное нахождение в неправильном месте в ходе разрешенного митинга. ЗА ОТДАВЛЕННУЮ НОЖКУ И ПОЦАРАПАННЫЙ ПАЛЬЧИК»*) и т.д.

4. ЗАГОЛОВОК: **Сквозь разбитые очки. О смешных и неисполнимых законах** (комментируется законотворческая деятельность Государственной Думы).

Иронический эффект в заголовке достигается посредством выражения *«разбитые очки»* и его контекстуальной связи с последующим выражением *«О смешных и неисполнимых законах»*.

ТЕЗИС: *Страна, которая век прожила в условиях государственного насилия и тотальной мобилизации и с легкостью в эти условия возвращается. С легкостью, чтобы не сказать – с радостью. Тоталитарное государство, которое когда-то сомнительные романтики свободного рынка постеснялись добить, воспроизводит само себя.*

Авторская позиция, выраженная в данном тезисе и в поддерживающих его аргументах, уже не косвенно ироническая –

она прямая и содержит недвусмысленную негативную оценку: *тоталитарное государство, безумные законы, идиотизм законов, государство начинает дикость поддерживать* и т.д.

Таким образом, речевой организации протестного комментария свойственна перманентная негативная оценочность. Репрезентантами последней являются негативно-оценочная лексика и негативно-оценочные высказывания, ирония в разных формах ее представления, пародия и сарказм (подобное наблюдается и в других протестных комментариях, например в текстах Андрея Коняева). В целом думается, что жанровая разновидность протестного комментария сложилась к настоящему времени в достаточно «чистой», канонической форме, и это свидетельствует о непрерывных жанровых процессах, имеющих место в печатных СМИ и в Интернет-дискурсе и ждущих дальнейшего изучения.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе. – М.: РИП-холдинг, 2004. – 274с.

Тертычный А. А. Понятие аргументации // Аргументация в публицистическом тексте. – Свердловск: УрГУ, 1992. – С. 6-14.

Ухванова И. Ф. Юмор в политическом дискурсе печатных СМИ // Методология исследования политического дискурса: актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. Вып. 2. – Минск: БГУ, 2000. – С. 145-151.

Фразеологический словарь русского языка / Сост. М. И. Степанова. – СПб: ООО «Виктория плюс», 2008. – 608с.

Litldjohn St. W. Theories of human communication. New York, 1999.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Руженцева Наталия Борисовна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, доктор филологических наук, профессор кафедры риторики и межкультурной коммуникации*

*E-mail: verbalis@mail.ru*

**И. П. Рябкова**  
Ижевск (Россия)

## **КОНЦЕПТОСФЕРА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА (ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

В последние годы в России активно проводятся научные исследования проблем лингвистической концептологии и осуществляется систематическое описание конкретных концептов. Ученые пытаются, в частности, представить общую типологию концептов в рамках определенных дискурсов, в том числе и политического (Г. Г. Слышкин, 2004; В. И. Карасик, 2009; М. В. Пименова, 2010; А. Н. Приходько, 2009 и др.).

Настоящее исследование проведено на материале речей российских (М. С. Горбачева, Б. Н. Ельцина, В. В. Путина) и американских (Р. Рейгана, Дж. Буша-старшего, У. Клинтона, Дж. Буша-младшего) президентов в оригинале и переводе. Его цель – перейти от вопросов описания концептосферы политического дискурса к вопросам перевода политических текстов.

А. П. Чудинов трактует политический дискурс (ПД) как сложное коммуникативное явление, которое должно включать «все присутствующие в сознании говорящего и слушающего (пишущего и читающего) компоненты, способные влиять на порождение и восприятие речи» [Чудинов 2003: 50-51]. Под концептосферой ПД будем понимать упорядоченную совокупность концептов, формирующих политический дискурс.

В. И. Карасик выделяет три разновидности концептов в каждом типе институционального дискурса, к числу которых относятся и ПД, в зависимости от их значимости для того или иного вида дискурса:

- генеративные (центральные для данного дискурса, лежащие в основе развертывания его смыслов и норм);
- деривационные (производные);
- нейтральные [Карасик 2009: 58].

При этом ученый считает генеративные и деривационные концепты институционально-маркированными, и основное различие между ними проводит по признаку их значимости для того или иного вида дискурса. Генеративным концептом политического дискурса В. И. Карасик считает концепт *ВЛАСТЬ*, в качестве одного из

производных концептов исследователь рассматривает концепт *ЛОЯЛЬНОСТЬ*. В то же время он полагает, что список институционально-нейтральных концептов достаточно велик и может включать концепты-регулятивы, например, *КРАСОТА*, *СВОБОДА*, *ЛЮБОВЬ* и др. [Карасик 2009: 59-64]. Думается, что в ряде случаев провести черту между институционально-маркированными и институционально-нейтральными концептами может быть нелегко. Например, неоднозначным представляется вопрос о том, будет ли концепт-регулятив *СВОБОДА* нейтральным применительно к американскому политическому дискурсу, или же он может считаться институционально маркированным.

Анализ имеющихся работ свидетельствует о том, что попытки выстроить иерархию концептов в рамках концептосферы ПД направлены, в первую очередь, на выявление и описание его наиболее значимых концептов, которые ученые называют «базовыми» (М. В. Гаврилова, 2005; М. Д. Невинская, 2006; М. В. Пименова, 2005, 2010; Е. И. Шейгал, 2004), «ключевыми» (М. В. Гаврилова, 2010) или «доминирующими» (О. В. Спиридовский, 2006). Так, в качестве базовых концептов политического дискурса на русском языке рассматривались концепты *ВЛАСТЬ* (М. В. Гаврилова, 2005; М. Д. Невинская, 2006; Е. И. Шейгал, 2004), *ПОЛИТИК* (Е. И. Шейгал, 2004), *ПОЛИТИКА* (М. В. Пименова, 2005, 2010), *НАРОД* (М. В. Гаврилова, 2005; М. Д. Невинская, 2006), *РОССИЯ* (М. В. Гаврилова, 2005).

Однако нельзя не заметить, что наряду с собственно «политическими» концептами, в ПД активно эксплуатируются когнитивные концепты, сами по себе не являющиеся политически маркированными, свойственными преимущественно данному дискурсу. Многие из них являются универсальными и существуют в сознании человечества на протяжении многих веков. Нередко именно апелляция к подобным концептам обеспечивает понимание, в том числе и в межкультурной политической коммуникации, несмотря на политические, социальные, языковые и прочие различия.

Одним из таких концептов является концепт *ПУТЬ/WAY*. Он способен играть важную роль в описании политической действительности потому, что в его основе лежит универсальное элементарное представление – представление о физическом перемещении в пространстве. Его практическое освоение начинается с самого детства. Даже небольшой жизненный опыт по-

звolyет осмыслить такие основные составляющие концепта *ПУТЬ/WAY* как «субъект движения», «направление движения», «скорость движения» и т. д. Все это делает его удобным инструментом для описания более сложных мыслительных единиц, в том числе в области политики.

Можно было бы предположить, что межъязыковая передача таких концептов не представляет особой сложности в силу их универсальности и наличия, на первый взгляд, очевидных межъязыковых соответствий для их репрезентантов. Однако нередко текстовые фрагменты переводов, в которых актуализируется концепт *ПУТЬ/WAY* воспринимаются именно как переводной текст, а не как естественное высказывание на русском (для переводов с английского) или английском (для переводов с русского) языке. Приведем несколько примеров из инаугурационной речи Дж. Буша-младшего:

**Пример 1.** Оригинал: “I am honored and humbled to stand here, where so many of America’s leaders **have come before me**, and so many **will follow**.” Перевод: «Я испытываю огромную гордость и одновременно смирение, стоя здесь, куда до меня приходили многие лидеры Америки и куда еще придут столь многие».

**Пример 2.** Оригинал: “And though our nation has sometimes **halted**, and sometimes **delayed**, we must **follow no other course**.” Перевод: 1) «... и, хотя наша страна, случалось, **останавливалась или медлила**, у нас нет другого пути» (Дж. Буш-мл.); 2) «И хотя наша страна **иногда останавливалась и порой запаздывала**, мы обязаны следовать только этим курсом».

Наше исследование показало, что, несмотря на универсальность самого рассматриваемого концепта, его номинативные поля [Попова, Стернин 2003: 66], вербализуемые в политических речах на русском и английском языках, симметричны лишь частично. Значительный объем номинативных полей оказывается несимметричным.

Под *асимметрией* мы понимаем лакунарность, частичное или полное несовпадение или разную значимость элементов номинативного поля концепта, вербализуемого средствами одного языка, при сопоставлении их с соответствующими элементами номинативного поля одноименного концепта, объективированного средствами другого языка. Асимметрия номинативных

полей концепта может проявляться на двух уровнях – уровне репрезентантов концепта и уровне когнитивных признаков.

Анализ переводов показал, что асимметрия лексических единиц, вербализующих концепт в политических выступлениях на русском и английском языках, как правило, очевидна, что заставляет переводчика более тщательно подходить к выбору средств для их передачи на языке перевода. Однако преодолеть асимметрию когнитивных признаков концепта при переводе оказывается гораздо сложнее.

Асимметрия номинативных полей концепта может проявляться в виде переводческих ошибок. В таких случаях фрагменты переводных речей обычно содержат искажения или неточную передачу денотативного содержания оригинала в виде немотивированного опущения, добавления или замены информации [Новый взгляд... 2009: 34-52]:

Оригинал: *“Tonight, with a thankful heart, I have asked for a final opportunity to share some thoughts on the **journey that we have traveled together** and the future of our Nation.”*

Перевод: *«Позвольте сегодня в последний раз поделиться с вами некоторыми мыслями о том, **что пережила Америка за минувший период**, и об испытаниях, которые ей предстоит **пройти в ближайшем будущем**...».*

В данном фрагменте прощального обращения Дж. Буша-младшего к нации реализована когнитивная модель «*жизнь – это путь*». Период в истории Соединенных Штатов, в течение которого у власти находился Дж. Буш, представлен как *совместное* путешествие (“journey”) граждан страны и ее президента. Это путь, который уже *пройден*, о чем свидетельствует использование глагола “travel” в настоящем совершенном времени. В переводе путь направлен в *будущее* («предстоит пройти»), ставшее, кроме всего прочего, *ближайшим*. Более того, переводчик эксплицирует когнитивный признак «*путь, полный препятствий*», отсутствующий в тексте оригинала, за счет замены нейтрального «будущего» (“future”) на «испытания, которые предстоит пройти». Нейтральное «путь, который мы проделали вместе» (“the journey that we have traveled together”) заменено на «то, что пережила Америка за минувший период».

Можно предположить, что на этапе восприятия оригинала переводчик в целом уловил реализованную в тексте когнитивную модель «*жизнь – это путь*». Однако на этапе воспроизведе-

дения смыслов на языке перевода (в силу неких причин) был эксплицирован когнитивный признак концепта *ПУТЬ/WAY*, в большей степени актуальный для политической речи на русском языке, а именно «путь, полный препятствий».

Итак, наши наблюдения свидетельствуют о том, что политическая коммуникация в значительной степени построена на операциях с когнитивными концептами, изначально не имеющими ничего общего со сферой политики, представляющими собой универсальные, глубинные когнитивные константы. Их использование позволяет описывать политическую жизнь через знакомые единицы мышления. С одной стороны, это позволяет рядовым гражданам лучше понимать происходящие политические процессы, с другой стороны, через наиболее простые когнитивные концепты можно моделировать более сложные единицы политической концептуальной системы в соответствии с существующими целями политической коммуникации. Несмотря на то, что многие концепты политического дискурса носят универсальный характер, при переводе политических текстов, необходимо принимать во внимание различия в их репрезентации в разных языках.

#### ЛИТЕРАТУРА

Гаврилова М. В. Лингвокогнитивный анализ русского политического дискурса: дис ... докт. филол. наук. Санкт-Петербург, 2005. 468 с.

Гаврилова М. В. Развитие содержательных форм концепта «единство» в русском политическом дискурсе XX – XXI веков // Политическая лингвистика. № 4. 2010. С. 13-19.

Карасик В. И. Языковые ключи. М.: Гнозис, 2009. 406 с.

Невинская М. Д. Концептуальная оппозиция «народ – власть» в политическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2006. 20 с.

Новый взгляд на классификацию переводческих ошибок / Д. М. Бузаджи и др. – М.: Всероссийский центр переводов, 2009. 119 с.

Пименова М. В. Концепт *политика* и способы его репрезентации // Известия УрГПУ. Лингвистика. 2005. Вып. 15. С. 32-39.

Пименова М. В. Политическая концептуальная система // Политическая лингвистика. 2010. №2(32). С. 47-55.

Попова З. Д., Стернин И. А. Очерки по когнитивной лингвистике. Изд. 3. Воронеж, 2003. 189 с.

Приходько А. Н. Концепт в дискурсах vs концепты в дискурсе // Дискурс, концепт, жанр: коллект. моногр. Нижний Тагил, 2009. С. 125-139.

Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метакоцепты: дис. ... докт. филол. наук. – Волгоград, 2004. – 316 с.

Спиридовский О. В. Лингвокультурные характеристики американской президентской риторики как вида политического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2006. – 24 с.

Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2003. 248 с.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004. 326 с.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Рябкова Ирина Павловна*

*Место работы и должность: Удмуртский государственный университет, старший преподаватель кафедры перевода и стилистики английского языка*

*E-mail: irina-ryabkova@bk.ru*

**И. В. Савельева**

Кемерово (Россия)

**СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ПРОДУЦИРОВАНИЯ ТЕКСТОВ  
ПОЛИТИЧЕСКИХ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЕВ  
(ЛИНГВОПЕРСОНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

«Language-in-use is everywhere and always “political”» (язык в практическом применении (речь) всегда и везде – “политичен”), – это высказывание Джеймса Ги сначала озадачивает, но затем, при рассмотрении разных контекстуальных значений слова «политичен» («политичный» – дипломатичный, предусмотрительный; *перен.* – вежливый, обходительный), в определенной мере объясняет многосторонний, лишенный нейтральности феномен повседневной речи и дискурса [Gee 1999: 1].

То же можно сказать о политическом дискурсе – редко рождающийся в условиях нейтралитета (В.Е.Чернявская, О.С.Иссерс, Р.Блакар), – он всегда характеризуется такими свойствами как метафорическая и экспрессивная семиотичность и прагматичность. «Выразиться нейтрально невозможно, поскольку даже неформальный разговор предполагает «осуществление власти» [Иссерс 2008: 53].

По словам Э.В.Будаева, А.П.Чудинова, «еще одну часть политического дискурса составляют тексты, созданные «рядовыми гражданами», которые, не являясь профессиональными политиками или журналистами, эпизодически участвуют в политической коммуникации.<...> Подобные тексты находятся в

сфере пересечения политического и бытового дискурсов» [Будаев, Чудинов 2006].

По справедливому утверждению Е.И.Шейгал, «для обывателя, не читающего политических документов, не знакомого с оригинальными текстами речей и выступлений, воспринимающего политику преимущественно в препарированном виде через СМИ, политика предстает как набор сюжетов. Эти сюжеты (выборы, визиты, отставка правительства, война, переговоры, скандал) составляют базу политического нарратива, под которым мы понимаем совокупность дискурсных образований разных жанров, сконцентрированных вокруг определенного политического события» [Карасик 204: 238].

Таким образом, исследование стратегий и тактик продуцирования политического Интернет-комментария с позиций проявления в нем свойств языковой личности вписывается в сферу лингвоперсонологии и обыденной лингвополитологии [Голев 2001].

Являясь производным текстом, политический Интернет-комментарий (далее ИК – *И. С.*) представляет результат осмысления языковой личностью свойств и явлений внешнего мира, в частности, политических событий, которые представлены в публикации электронных СМИ через призму авторского восприятия (профессиональное видение и стиль журналиста). На этапе текстопорождения происходит вторичное преломление политической действительности через восприятие комментатора (непрофессиональное видение и стиль естественной речи), так называемое «удвоение удвоения» [Лотман 1996: 75]. Креативная (продуцирующая) деятельность писателя, в данной проекции занимающего позицию адресанта, реализуется им в процессе кодирования реакции на прочитанный первичный текст (политический медиа текст). Это в значительной мере обуславливает вариативность создаваемых текстов политических ИК, как результат реализации разных стратегий и тактик, которые возможно соотнести с холистическим – элементаристским способами восприятия внешнего мира, и, соответственно, с применением данных стратегий в процессе порождения вторичных текстов, в нашем случае текстов ИК к политическим статьям.

В философии теория о холизме как способе восприятия мира была выдвинута южно-африканским ученым Яном Смэтсом, который, опираясь на слова Аристотеля «целое больше, чем сумма его частей», ввел термин «холизм» как учение о це-

лостности. Принцип целостности как органическая мировая субстанция нерасчленим и недоступен для научного изучения, в отличие от другой составляющей любого явления — механической структурности, являющейся предметом изучения науки» [Философская энциклопедия: <http>].

Учение о холизме было противопоставлено другой концепции, которая использовалась в философии и в естественных науках, известной под названием элементаризм. «Элементаризм — философская концепция, утверждающая приоритет единичного, частного перед целым. С точки зрения элементаристов, целое — вторично, и есть лишь некоторая интегральная характеристика суммы составляющих его частей. При этом возможны различные интегральные обобщения, превращение одной и той же суммы элементов в зависимости от точки зрения, угла рассмотрения решаемой проблемы, и т. п. [Лебедев 2004].

Склонность к холистическому видению внешнего мира обуславливает реализацию соответствующей стратегии при продуцировании текста политического ИК: *У всех 10 млн мигрантов дети в наших детсадах и школах...Мы через 1-2 поколения исчезнем, как нация, так как нашим детям придется сойтись семьями только с ними, потому что другого выбора не будет.* (Здесь и далее по тексту авторская орфография и пунктуация сохранены. — И.С.) Мрачный прогноз, представленный в данном тексте, демонстрирует склонность автора к синтезирующему подходу в решении проблем. В сознании продуцента текста факт наличия «10 млн мигрантов» ассоциируется с национальной проблемой «исчезновения нации», таким образом, любое из политических событий приобретает общечеловеческий (в данном случае общенациональный) смысл, что указывает на использование холистической стратегии текстопорождения.

Обратившись к классификации вторичных тестов на основе параметров *содержание – форма – функция*, предложенной Н.В.Мельник [2012], отметим, что семантические особенности (по линии содержания) политического ИК предполагают два основных варианта развертывания смысла в текстах ИК: позитивная интерпретация событий – негативная интерпретация событий, что отсылает нас к семантической оппозиции «свой – чужой», которая является наиболее релевантной в сфере обыденной политической коммуникации, и, таким образом, позволяет выделить в парадигме тактических комбинаций:

- **тактику актуализации оппозиции «свой – чужой»:**

Например, элементаристская стратегия текстоорождения в плане актуализации оппозиции **«свой – чужой»** результатом имеет тексты, в которых позиция «свой» обоснована пользой для самого субъекта либо для его ближайшего окружения: *И к сожалению жесткость нужна тоже. Пусть иногда как кажется по демократичным нормам избыточная. Вот тогда и остановки построим...* Вопросы политики обсуждаются в представленном тексте политического ИК, как оказывающие непосредственное влияние на жизнь общества, присоединение к нему автора демонстрируется в определенно-личном предложении *«Остановки построим»*. Другой вариант представлен в комментариях, где авторское изображение событий «эхом» отзывается в тексте комментатора: *По мне здесь важнейшее наблюдение – вот это «...Сейчас на старых советских предприятиях люди десятками тысяч «приписаны» к заводам. Здесь необходимы целые рекреационные программы. По уму если. А проще – для начала – перекрыть кран по продаже жижи. Это собственно – поможет и постепенному самовыселению Москвы, за 101 км))))* Положительная оценка фрагмента из статьи представлена в высказывании с субъективной модальностью *«по мне»*, цитирующем первичный текст, а также поясняющем точку зрения комментатора, поддерживающего мнение автора статьи. Конкретный вариант выхода из сложившейся ситуации, содержащий метафорическое выражение, характерное для разговорной речи, *«перекрыть кран по продаже жижи»* (подразумевается нефть – И.С.), подтверждают использование элементаристской стратегии текстообразования.

Помимо **тактики актуализации оппозиции «свой – чужой»** в классификации по параметру *содержание* выделяются следующие тактики:

- **тактика интенсивного/экстенсивного развития темы;**
- **тактика смены темы;**
- **тактика сублимации.**

На основании параметра *форма* нами были выделены тактики, главным образом, направленные на оформление *внутренней формы* текстов ИК, по причине их функционирования в плане организации не внешнего, графического образа текста, а внутреннего, содержательного. Таким образом, во вторую группу включены:

- тактика метафоризации;
- тактика экземплификации;
- тактика стереотипизации/дестереотипизации;
- тактика иронизирования;
- тактика комментирования ключевых слов;
- тактика комментирования цитаты;
- тактика стилизации;
- тактика списочного структурирования.

На основании компонента *функция* были выделены следующие тактики:

- контактная тактика;
- директивная тактика;
- ситуативная тактика;
- метаязыковая тактика;
- референционная тактика;
- поэтическая тактика;
- экспрессивная тактика.

Проанализируем действие вышеназванных стратегий и тактик продуцирования текстов политических ИК на примерах. При этом действие одной и той же тактики внутри каждой из стратегий (холистической – элементаристской) проявляется по-разному.

**Комментарии к статье «Почему крах Детройта – это хорошо для Америки»** (*информационный портал Slon.ru*)

*1) Чего я добился – это мои личные трудности и заслуги. А вот внимание вопрос: чем Вам мешает государство чего-то добиваться? За руки Вас хватает? Минусов у правительства полно, но вот чушь про то, что власть смениться и бездельники и тупицы с завышенными ожиданиями станут миллионерами – это ваши сказки на ночь. Вы и другим правительством будете недовольны, потому что это единственный талант нашего народа – быть несогласными. Уровень на котором власть может мешать развитию гораздо выше, чем вы в состоянии преодолеть за всю жизнь.*

Обращает на себя внимание адресность данного текста ИК, частое повторение вопросительных предложений, стилистически маркированные лексические элементы «чушь», «бездельники», «тупицы» указывают на повышенную эмоциональность автора комментария, на применение **экспрессивной тактики**, с помощью вопросо-ответной композиционной структуры данного

текста автор акцентирует внимание на несогласии с собеседником, таким образом, относя его к категории «чужой». Критика собеседника является смыслообразующей в данном тексте и соответственно ей подчинены **тактика актуализации оппозиции «свой/ чужой»**, а также **контактная тактика**. Рассуждения, представленные в данном комментарии, освещают тему первичной статьи достаточно поверхностно, без указания на конкретные факты, «*слова – сказки на ночь*» – обобщенное высказывание, касающееся точки зрения представленной в другом комментарии, выявляют использование **тактики метафоризации** при общей **холистической стратегии тестворождения**.

2) *Про бездельников и тупиц согласен – в основном они и часто и кричат. Но вот малому и среднему бизнесу – тем кто не бездельник и не тупица – все-таки тоже непросто.*

*Про тот самый высокий "уровень" – тоже верно. Но на "низком" и "среднем" уровне свои проблемы, их немало – пусть всех этих чиновничков даже властью-то не назовешь, но они ж есть, и действительно хотят кушать – и вот эти бездельники и тупицы едят ОЧЕНЬ много.*

Комбинация тактик **комментирования ключевого слова и комментирования цитаты**, направленных на формальный план текста комментария, выявляются на поверхностном уровне, используется как прямое цитирование, так и включение высказываний из другого комментария в собственную речь автора, а также **комментирование отдельных ключевых слов комментария** – стимула, или производимого текста. Заключение лексем «*низкий*» и «*средний*» уровень в кавычки, употребление снижающей стиль морфемы в слове «*чиновнички*», частицы – *то*: все эти элементы указывают на внесение дополнительного значения в семантику данных слов, а следовательно на **метаязыковую тактику**. Все вышеназванные признаки также определяют тенденцию к поэлементному разворачиванию текстового продукта данного ИК, демонстрируя **элементаристскую стратегию продуцирования**.

#### ЛИТЕРАТУРА

Будаев Э. В., Чудинов, А. П. Современная политическая лингвистика: учебное пособие. – Екатеринбург, 2006. URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/budaev-chudinov-06a.htm> (дата обращения: 20.05.2013).

Голев Н. Д. Обыденная лингвополитология: проблемы и перспективы // Современная политическая лингвистика : тезисы Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 29.06-6.10.2011). Екатеринбург, 2011. С. 66-69.

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

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

Лебедев С. А. Философия науки: Словарь основных терминов. — М.: Академический Проект, 2004. 320 с.

Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М. : Языки русской культуры, 1996. 464 с.

Мельник Н. В. Дериватологическая интерпретация вторичных текстов разных типов // Вестник ЧелГУ. 2012. № 13 (267). Вып. 65. С. 69–73.

Философская энциклопедия. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy) (дата обращения: 13.06.2013).

Gee J.P. An Introduction to Discourse Analysis. Theory and Method. New York, 1999. 176 p.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Савельева Ирина Викторовна*

*Место работы и должность: Кемеровский государственный университет, ассистент кафедры иностранных языков.*

*E-mail: saviren1973@mail.ru*

**Р. Т. Садуов**

Уфа (Россия)

### **ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ КОМИКСЕ**

Комикс – это одна из форм вербально-визуального искусства, которая представляет собой явление массовой культуры. В Соединенных Штатах Америки, где комикс пользуется огромной популярностью, он стал частью политического дискурса. Наиболее активно американский политический комикс использовался в предвыборной борьбе 2008 года, когда в свет вышла целая серия комиксов с участием политических лидеров США. Характерно, что российский политический комикс стал активно применяться примерно в это же время: в 2009 году пользователям сети Интернет стал доступен политический комикс «Человек-Грызлов». Вслед за ним появилось еще несколько политических комиксов.

**Цель** настоящей работы заключается в проведении анализа структуры и содержания прецедентных феноменов в со-

временном российском политическом комиксе, а также их наиболее актуальных сфер-источников. При этом в данной работе комикс понимается как поликодовый (креолизованный) текст, то есть как текст, состоящий из нескольких знаковых систем, вербальной и визуальной. Исследованию подвергаются обе названные составляющие.

**Материалом** исследования послужили четыре политических комикса за 2009-2013 годы: Супер Путин, Городские легенды, Политический комикс «Кин Дза Дза ГД РФ», Человек Грызлов. Три из них состоят из нескольких выпусков. Общее количество выпусков составляет 20, общее количество страниц равно 530.

**Методология** предполагает производство анализа, состоящего из трех этапов: подбор материала, непосредственный анализ и обработка результатов.

Этап I. Выборка комиксов по нескольким критериям:

1. Одно или несколько действующих лиц комикса является известным политическим деятелем либо выступает от лица и в пользу такового.

2. Тематика комикса связана с политической жизнью Российской Федерации, затрагивает актуальные политические проблемы современности.

3. Комикс имеет достаточно длинный сюжет (не менее 10 страниц).

4. Если комикс состоит из нескольких частей, то все они должны быть связаны друг с другом общей тематикой и/или действующими лицами.

5. Кроме того, в данном случае было выставлено еще одно условие: комикс должен быть направлен на поддержание существующего демократического строя Российской Федерации.

Этап II. Непосредственный анализ выбранных комиксов. Анализ представлял собой сплошную выборку прецедентных феноменов на основе визуально-вербального материала комиксов. Основная посылка анализа заключалась в том, что каждая из знаковых систем комикса способна заключать в себе прецедентный феномен. По этой причине все прецедентные феномены были поделены на три вида: вербальные, визуальные и вербально-визуальные.

*Прецедентные вербальные феномены* – это прецедентные феномены, выраженные при помощи вербальных средств: имен, наименований, отдельных фраз, предложений, текстов и

т.д. По своему содержанию данный термин совпадает с традиционным пониманием прецедентных феноменов по Е. А. Нахимовой [Нахимова 2004: 173].

*Прецедентные визуальные феномены* – это прецедентные феномены, выраженные при помощи визуальных средств: изображений сцен, предметов, событий и т.д. Для объяснения сути данного понятия Л.А. Мардиева разграничивает прецедентные визуальные феномены (ПВФ) и прецедентные визуальные образы (ПВО). «Прецедентными визуальными образами (ПВО) мы называем хранящиеся в памяти представителей определенного социокультурного сообщества зрительные образы культурного пространства (термин «образ» понимается нами как единица мысленного кода, субстрат подобного внутреннего образования может быть разным; говоря о прецедентных визуальных образах, мы имеем в виду те образы сознания, которые имеют визуальную природу или, по крайней мере, визуальный субстрат для них является обязательным). Если ПВО – явление идеальное, то ПВФ – это результат объективации визуального образа в текстовых (иконических и вербальных) структурах. Подчеркнем: прецедентными визуальными образами мы считаем именно визуальные образы культурного пространства, а не образы визуального культурного пространства» [Мардиева 2012: 42].

*Прецедентные вербально-визуальные феномены* – это прецедентные феномены, выраженные при помощи обеих знаковых систем: когда прецедентный вербальный феномен подкрепляется визуальным и наоборот.

Этап III. Обработка полученных результатов производилась с помощью методов количественного подсчета, статистики и систематизации в виде таблиц. В том случае, если прецедентный феномен встречался более одного раза за один выпуск комикса, он учитывался только один раз. Если прецедентный феномен встречался в более чем одном выпуске комикса, то он вновь засчитывался.

**Результаты** исследования представлены в пять этапов. Первые четыре этапа дают краткую характеристику одного из четырех названных выше российских политических комиксов, анализ нескольких примеров и таблицу с количественными данными по прецедентным феноменам. Пятый этап заключается в предоставлении сводных данных в виде таблицы. Указанная таблица сводных данных приведена ниже.

**Таблица 1.**

**Сводные данные об использовании прецедентных феноменов в российском политическом комиксе**

Сфера-источник	Прецедентные феномены						Итого:
	Цитация			Квазичитация			
	верб.	виз.	верб.-виз.	верб.	виз.	верб.-виз.	
Комикс				1	1	8	10 (13%)
Песня	11			1			12 (16%)
Кино	7	1		3	6	13	30 (39%)
История				2		1	3 (4%)
Фразеологические единицы	1			2			3 (4%)
Интернет	4			2		1	7 (9%)
Литература	2						2 (3%)
Нац. символика					1		1 (1%)
Комп. игра						2	2 (3%)
Цитаты полит. деят.	3						3 (4%)
Сказка				1			1 (1%)
Телевидение						2	2 (3%)
<b>Итого по принципу цитация/квазичит.</b>	29 (38%)			47 (62%)			
<b>Итого:</b>	28 (37%)	1 (1%)	-	12 (16%)	8 (11%)	27 (36%)	
<b>Всего ПФ:</b>							<b>76 (100%)</b>

Как видно из таблицы, на основании вербально-визуального материала российского политического комикса подсчету подверглись отдельно прецедентные вербальные, визуальные и вербально-визуальные феномены из разных сфер-источников. Кроме того, представлен подсчет по категории «цитация / квазичитация».

Таким образом, как оказалось, самой популярной (почти 40% всех ПФ) сферой-источником является «Кино»: именно из кинофильмов авторы российских политических комиксов черпают свое вдохновение чаще всего. На втором месте – сферы «Песня» (16%) и «Комикс» (13%). Наконец, третий источник прецедентных феноменов – это Интернет (9%). Оставшиеся восемь сфер-источников не превышают 23% от общего количества прецедентных феноменов. При этом большая часть прецедентных феноменов появляется в российском комиксе в видоизмененном варианте (квазичитация) – 62% от общего количества, в то время как ПФ в неизменном виде (цитация) составляют всего 38%. Стоит также отметить, что из общего количества прецедентных феноменов преобладают вербальные (53%), на втором

месте вербально-визуальные (36%), то есть такие, где прецедентный феномен выражен как с помощью вербального, так и с помощью изобразительного компонента (9%). Визуальные прецедентные феномены (выраженные исключительно за счет изобразительных средств) составляют 8% от общего количества.

Можно заключить, что авторы российских политических комиксов довольно часто используют прецедентные феномены (76 ПФ на 530 страниц). При этом очевидно, что авторы российских комиксов широко используют возможности своего жанра. Почти половина (47%) прецедентных феноменов была выражена либо чисто визуально, либо при помощи одновременного вербального и визуального компонента.

Как представляется, экстенсивность использования ПФ в политических комиксах делает их более богатыми в смысловом плане, поскольку прецедентный феномен, как известно, несет в себе совокупность определенных ассоциаций и заряд эмоций, которые неразрывно связаны с данным ПФ. Кроме того, наличие ПФ делает текст более близким носителю той культуры, в которой он был порожден, что, с одной стороны, ограничивает аудиторию текста, а с другой стороны – делает его более богатым и насыщенным для целевой аудитории. В целом, наличие ПФ в таком большом количестве может говорить о том, что авторы российских политических комиксов стремятся к более близкому общению со своей аудиторией посредством своего продукта, стремятся сделать комикс более близким своему читателю.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Мардиева Л. А. Механизмы воздействия прецедентных визуальных феноменов на сознание читателей // Филология и культура. – Казань, 2012. №1(27). С. 42-48.

Нахимова Е. А. О критериях выделения прецедентных феноменов в политических текстах // Лингвистика. Урал. гос. пед. ун-т; Екатеринбург, 2004. Т. 13. С. 166-173.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Садуов Руслан Талгатович*

*Место работы и должность: Башкирский государственный университет, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации*

*E-mail: rtsf@bk.ru*

**Н. А. Сегал**

Симферополь (Украина)

## **ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОСТРАНСТВЕННЫХ МЕТАФОР**

**Постановка проблемы.** Современная лингвистика определяет новые направления исследования, обусловленные интегративной тенденцией развития гуманитарных наук. Одним из предметов изучения является политическая коммуникация, которая отражает политическую картину мира в сознании человека. Изучение языка политики характеризуются появлением новых исследовательских методик, связанным с отсутствием единого понимания термина «политический дискурс» (В. Н. Базылев, Л. Е. Бессонова, Э. В. Будаев, Р. Водак, Т. А. Ван Дейк, Л. П. Дядечко, В. И. Карасик, К. С. Серажим, Л. А. Кудрявцева, П. Б. Паршин, А. А. Романов, П. Серюо, О. А. Семенюк, Л. Н. Синельникова, А. П. Чудинов, Е. И. Шейгал). При изучении политического дискурса активным является коммуникативно-прагматический подход, который дает возможность охарактеризовать одну из значимых дискурсивных категорий – *пространство*.

Данная категория позволяет структурировать политический текст (далее – ПТ) как многовекторное явление, при комплексном анализе которого проявляются системные связи языковых единиц с пространственной семантикой. Это приводит к необходимости исследования языковых средств категоризации политического пространства в рамках семантико-когнитивного подхода, который позволяет выявить особенности пространственного восприятия, преломленного в языке. Значимость систематизации когнитивных механизмов при структурировании метафорических полей политического дискурса определила необходимость описания метафорических значений, актуализирующих в ПТ базовые когнитивные универсалии, одной из которых является категория *пространство*. **Актуальность** предлагаемого исследования определяется необходимостью описания механизмов языковой репрезентации *пространства* и его переосмысления с выявлением специфики функционирования слов с пространственной семантикой в ПТ.

**Обзор исследований по теме.** В научных исследованиях конца XX – начала XXI века (работы Н. Д. Арутюновой, Н. Н. Болдырева, Т. В. Булыгиной, В. Г. Гака, А. А. Зализняк, О. П. Ермаковой, И. М. Кобозевой, В. В. Красных, Е. С. Кубряковой, Е. А. Селивановой, Ю. С. Степанова, А. Д. Шмелева, Г. М. Яворской и др.) выдвигаются важные для лингвистики концепции: 1. *Пространство* имеет антропоцентрическую ориентацию, организуясь вокруг человека как центра микро- и макрокосмоса. 2. Пространственные отношения отражают координацию объектов, с которыми сталкивается человек, воспринимающий объективную реальность. 3. Пространственный фрагмент языковой картины мира представляет собой систему разноуровневых языковых средств как репрезентантов локусных концептуальных оппозиций.

Как показал анализ массмедийных текстов, категория *пространство* занимает значимое место и при структуризации политического дискурса. Определяя место политического дискурса в системе категорий коммуникации, Л. Е. Бессонова рассматривает когнитивные модели его организации, в основе которых лежит коммуникативное событие, порождающее политический текст. Политический текст представляется как динамичная знаковая структура, обусловленная спецификой коммуникативного события. Исследователь отмечает, что «дискурс утверждает свое место в системе категорий коммуникации, прежде всего, через понятие «текст» (хотя таковым текстом в чистом виде не является), также через понятие «речь», через создание определенного коммуникативного пространства, где и происходит коммуникативное событие, порождающее текст» [Бессонова 2004: 25]. С целью описания коммуникативно-прагматического содержания ПТ в данном исследовании рассматривается ряд бинарных оппозиций, обусловленных архетипическими представлениями человека о мире. Под оппозицией принято понимать объединение двух различных объектов, «связанных таким образом, что мысль не может представить один, не представив другой. Единство оппозитивных членов всегда формируется при помощи понятия, имплицитно содержащего оба противочлена и разлагающегося на эксплицитную оппозицию, когда оно относится к конкретной действительности» [Шейгал 2004: 136]. Выявление содержания и структуры концептуальной оппозиции *верх/низ* через систему средств ее вербальной репрезентации в политических текстах и является **целью** работы.

Необходимо отметить, что при описании концептуальных оппозиций ценным является не только исследование концептуального содержания слова, но и, что очень важно, его валентностного семантического потенциала. На наш взгляд, это обусловлено тем, что номинативное поле ключевого слова *пространство* объемно и обладает высокой степенью номинативной плотности, а значит, вербализация данной единицы будет представлена разнообразными парадигмами. Этот факт свидетельствует о релевантности репрезентантов пространственных единиц в языковой картине мира. Анализ показал, что категория *пространство* является основой реализации в политическом тексте ассоциативно-прагматического потенциала ключевых слов, представляющих текст на основе горизонтального (*путь, дорога, тропа, тропинка, стезя, колея и др.*) и вертикального (*гора, вершина, пик, пропасть, обрыв и др.*) векторов. В политическом дискурсе происходит перенос пространственных номинаций в сферы других лексико-семантических полей, что доказывает богатый семантический потенциал слов с пространственной семантикой при их реализации в политических контекстах. Категория *пространство* становится ценным фрагментом политической картины мира, позволяющим структурировать политический текст как многовекторное явление с определенной системой координат. Механизмы актуализации концептуального содержания пространственных единиц в ПТ определяются специфическими прагматическими установками языкового сознания носителя языка.

Как показал анализ словарных интерпретаций и контекстный анализ, семиотическая оппозиция *верх/низ* вербализуется с помощью языковых единиц с пространственной семантикой. Семное варьирование возможно в процессе контекстного противопоставления лексических единиц. Как показал анализ, бинарными оказываются не только *верх* и *низ* конкретного объекта вертикальной плоскости, но и конечные точки всей вертикальной оси, образуя при этом соответствующие оппозиции. Для политических текстов последних пяти лет наиболее активными являются такие конечные точки оси, как *гора, вершина, пропасть, яма, дно*: *В принципе, страна уже набрала хороший разбег, но этот разбег может привести как на гору, так и в пропасть. Если появится правильная стратегия и видение, если появится правильное лидерство, то страна серьезно поднимется в гору* (Дайджест, 23.08.2007). *Мировая экономика медленно идет ко дну*

(<http://www.bagnet.org/news>, 25.09.2012). *Украина продолжает катиться в долговую яму* (<http://kontrakty.ua>, 25.02.2013). Янукович рассказал, как Украина **балансирует над пропастью** (Главред, 1.03.2013). При погашении архисемы 'пространство' в таких контекстах происходит значительная перестройка семной структуры рассматриваемых единиц. Политическая семантика лексической единицы *гора* возникает в результате актуализации сем 'цель', 'желаемый результат'. Прагматические смыслы позволяют лексеме *пропасть* актуализировать в тексте семы 'нежелательный результат', 'провал'. Таким образом, за счет противопоставления лексических единиц *гора* – *пропасть* актуализируются коннотативный и оценочный компоненты: *гора* ('цель') – это хорошо, *пропасть* ('провал') – это плохо. Такие локусно ориентированные аксиологические характеристики весьма важны для осмысления внешнего мира человеком, прежде всего, его социального пространства. По убеждению Н. Д. Арутюновой, аксиологические характеристики в одно и то же время зависят от внешнего мира и независимы от него. Предметом оценивания может стать не всякое явление действительности, но лишь то, что нужно человеку и Человечеству. «Для того чтобы оценить объект, – подчеркивает исследователь, – человек должен «пропустить» его через себя: природа оценки отвечает природе человека» [Арутюнова 1999: 181].

В политическом тексте *гора* может представляться как искусственно созданное препятствие, преодоление которого не приводит к желаемым результатам. Так, продвижение к вершине становится не способом достижения цели, а причиной возникновения новых проблем и общественных конфликтов: *Есть что-то несуразное в том, что «восьмерка» забирается все выше в горы для того, чтобы решать проблемы глобального характера, а количество людей, возражающих против этого, становится все больше* (<http://2007.kremlin.ru>). В таких контекстах присутствует смысловая модификация семы 'высота', при которой происходит расщепление семы с появлением нового семного конкретизатора 'сложность при достижении вершины'. Наряду с локусной оппозицией «под горой» – «на вершине горы» в политическом тексте активно функционирует оппозиция «под горой – за горой». Так, в первом случае *гора* становится препятствием для **передвижения** в пространстве, а во втором – преградой для **обозрения** пространства. Видеть то, что происходит за горой, может только проницательный и заинтересованный субъект: *Прокуратура должна продемонстрировать, что это*

*элита, которая смотрит не на то, что делается под горой, а на то, что делается за горой. Она дальше всех видит, у нее есть тот уникальный инструментарий, который может поставить точку в этих вопросах* (<http://2008.liga.net/news.asp?nid=181756>). Таким образом, гора как фрагмент пространственного мировосприятия становится важным объектом не только для динамического субъекта, но и для статического.

**Выводы и перспективы исследования.** Ключевые единицы, организующие пространство ПТ, характеризуются многокомпонентностью семантической структуры и особенностями семного варьирования в политических контекстах, что определяет модификацию семантической структуры лексических и фразеологических единиц, сопровождающуюся переструктуризацией сем. Украинский политический дискурс отличается спецификой интенционального содержания, многополярностью и многовекторностью. Прагматическое содержание ПТ обуславливает процесс индуцирования коннотативных сем, в результате чего слова и фраземы приобретают мейоративную или пейоративную коннотацию. Такие локусно ориентированные аксиологические характеристики важны для осмысления человеком внешнего мира и, прежде всего, социально-политического пространства. При исследовании метафорических моделей, структурирующих вертикальный вектор категории *пространство*, выявляется целевой компонент, который проявляется эксплицитно и имплицитно: передвижение вверх по вертикальной оси характеризуется движением к цели, передвижение вниз – отдалением от цели.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М. : Языки русской культуры, 1999. 896 с.

Бессонова Л. Е. Коммуникативные аспекты политического дискурса // Ученые записки ТНУ им. В. И. Вернадского. Сер. «Филологические науки». Т. 16 (55). № 1. Симферополь, 2004. С. 22-27.

Кубрякова Е. С. Язык пространства и пространство языка // СЛЯ. Т. 56. № 3. 1997. С. 22-31.

Лотман Ю. М. Семиотика пространства // Избр. ст.: в 3-х т. Таллин. 1992. Т. 1. С. 386-472.

Новиков Л. А. Семантика русского языка. М. : Высшая школа 1982. 272 с.

Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М. : Гнозис, 2004. 326 с.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Сегал Наталья Александровна*

*Место работы и должность: Таврический национальный университет имени В. И. Вернадского, кандидат филологических наук доцент кафедры русского, славянского и общего языкознания*

*E-mail: natasha-segal@mail.ru*

**Йозеф Сипко**

Прешов (Словакия)

## **ФРАГМЕНТЫ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ ОККУПАЦИИ ЧЕХОСЛОВАКИИ В 1968 ГОДУ**

**Языковая картина мира** базируется на субъективном восприятии действительности человеком. Как показывает Колшанский (2006), это по сути дела субъективная картина, поскольку она соответствует когнитивным процессам в человеческой коммуникации. Продуманно подобранный лингвокультурный материал создает предпосылки для объективизации наших знаний о конкретной этнокультуре [Гачев 1995]. В нашем случае будут проиллюстрированы языковые ассоциации, связанные с *оккупацией Чехословакии в 1968 году*, как они отражаются в современных словацких СМИ и в памяти жителей страны, которые, особенно люди среднего и старшего поколения, эпоху *Пражской весны и оккупации* воспринимают, как будет показано ниже, очень живо. В современной Словакии данный период ассоциируется с целым рядом реалий, которые зафиксированы в словацком языке. Конкретные языковые единицы создают определенный фрагмент **языковой картины оккупации Чехословакии в 1968 году**.

Как известно, *оккупация Чехословакии* войсками Варшавского договора произошла 21-го августа 1968 года. На фоне этого факта понятно, что данные ассоциации в Словакии в преобладающем большинстве отрицательны, и этот оценочный феномен является в Словакии и в Чехии устойчивым до наших дней. Применяя **лингвокультурологический** метод исследования, в рамках которого язык воспринимается как базисная составная часть этнокультуры (Алефиренко, 2010., Воробьев, 1997., Маслова, 2004., Хроленко, 2005), опираемся на базовые **лингвокультуремы** (Воробьев, 1997) исследуемого периода, которые образуют «ценностно-смысловое пространство языка»

(Алефиренко, 2010) указанного периода нашей истории. В наших работах (Сипко, 2008) мы их в отдельных случаях называем также **этнокультурными русизмами**. В российских и словацких СМИ регулярно функционируют такие единицы как:

*Пражская весна, дубчековские реформы, социализм с человеческим лицом, 21-ое августа 1968-ого года, оккупация, интернациональная помощь, нормализация* и др.

В процессе повторяющихся языковых образов данной эпохи указанные единицы создают ее определенную лингвокультурную основу. Немалую роль при создании фрагментов языковой картины данной эпохи играют всякого рода документальные материалы о работе журналистов в те годы. Они стали **лингвокультурным архивом**, который активизируется до наших дней. Выдающуюся роль в те августовские дни 1968 года сыграли именно чехословацкие СМИ – телевидение, радио, газеты и журналы. В *среду 21-го августа 1968 года* с самого утра шла практически прямая трансляция с мест драматических событий в Праге, где в ее районе *Винограды* находилось здание Чехословацкого радио. Редакторы до последних минут рассказывали о событиях в столице Чехословакии, в эфире слышалась стрельба из автоматических оружий, перед зданием стояли тысячи жителей Праги и советские солдаты на танках и бронетранспортерах. *Й. Динсбир*, в 1968 году коммунист, сотрудник чехословацкого радио в Праге, в годы *нормализации* диссидент, а после *бархатной революции 1989 года* министр иностранных дел Чехословакии, в одном документальном фильме приводил примеры из тогдашних СМИ и лозунги, которые виднелись по всей стране. Из указанного архива вспоминается и такое четверостишие, типично чешское, напечатанное в тогдашнем печатном органе Коммунистической партии Чехословакии «Руде право»:

*Na obranu státní banky, Для охраны наших банков  
Neni třeba ruské tanky. Не надо российских танков.  
Dyť to h... co tam máme, То г..., что там имеем,  
Sami si ho uhlídáme. Сами охранить умеем.*

Это была по сути дела «творческая» реакция на официальные заявления советского руководства о том, что: *Войска Варшавского договора оказали братской Чехословакии интернациональную помощь*.

В то время почти каждый взрослый человек страны умел общаться на определенном уровне по-русски. По случаю годовщины оккупации чешские и словацкие СМИ регулярно напоми-

нают некоторые лозунги, которые и в наше время дополняют **картину советской России в Словакии**. Это относится в первую очередь к тогдашнему Генеральному секретарю ЦК КПСС *Л.И. Брежнев*. В теледокументах видим на поездах, отправлявшихся из Праги в другие регионы страны, такие надписи: *Брежнев = Гитлер*.

С особым огорчением восприняли оккупацию жители северных регионов Чехии, где жили люди, которые помнили период 1939-1945 гг. Ведь это были годы гитлеровской оккупации Чехии. А в 1968 году этот регион оккупировали войска ГДР в форме, очень напоминавшей форму гитлеровских солдат. Сегодня с особым интересом вспоминаем еще и анекдот-призыв, который выражал почти полное доверие *Ленину*, а тем самым и веру в социализм:

***Lenin zobud' sa! Brežnev sa zbláznil! – Ленин проснись! Брежнев сошел с ума!***

В указанном контексте интересным представляется еще и сегодня оценочная картина *Ленина* в сознании многих простых жителей Чехословакии. По данным одного опроса в период *Пражской весны* в социализм верило около 85% населения страны именно благодаря *А. Дубчеку*. В первые дни оккупации жители Чехословакии вели дискуссии с советскими солдатами, которым доказывали, что никакой контрреволюции у нас нет, и что они к нам пришли напрасно. Везде были написаны призывы по-русски – *Уходите домой!* При этом люди аргументировали *Лениным*, который по их мнению, никогда бы такого не допустил. В журнале «*Život*» («Жизнь») был в августе 1968 напечатан и такой призыв, который был адресован советским солдатам:

*Советские солдаты!*

***Ленин учит: «Никогда не победят того народа, в котором рабочие и крестьяне в большинстве своем узнали, почувствовали и увидели, что они отстаивают свою власть» (Полное собрание сочинений, том 38, стр. 315). Помните об этом – вы захватили социалистическую страну! Уходите домой!***

В августовском номере 2013 того же журнала «*Život*» данный материал был опять напечатан. Тем самым подтверждается актуальность темы *оккупация Чехословакии 1968 г.*, в рамках которой при каждой годовщине данного события публикуются многообразные материалы с ее однозначно отрицательной оценкой. 21 августа 2013 г. отмечалась 45-ая годовщина окку-

пации Чехословакии. Тема оккупации в тот день была главной на всех телеканалах и во всех газетах.

Таким образом, **народное творчество** 1968 года с острым осуждением оккупации вспоминается при каждой ее годовщине. Оно составляет **базис языковой картины брежневского периода** в Словакии еще и в современности. Люди сочиняли частушки на известные мелодии, афоризмы, призывы с сатирическим содержанием, в которых осуждалась официальная политика, воплощенная в идеологемах *интернационализм, братская помощь, нормализация*:

*Dubčekovi slivovici, Brežnevovi šibenici. – Для Дубчека сливовица, для Брежнева виселица; Zákiaľ sú tu Rusi, život sa nám hnuší. – Пока русские тут, наши люди отвратительно живут; Na to málo, čo tu máme, aj sami si pozor dáme. – То что есть у нас, защитим и без вас; Dvadsať rokov nás normalizovali, a predsa sme zostali normálni. – Двадцать лет нас нормализовали, и все-таки мы остались нормальными.*

Один из чехословацких коммунистов-реформаторов, выпускник МГУ и однокурсник М.С. Горбачева в студенческие годы З. Млинарж после 1968 года написал книгу под названием «**Мороз** приходит из Кремля». Нас заинтересовало именно слово *мороз*, которое в политическом контексте концептуализируется, создавая метафорическую картину российской политики также в современности: *My viete, že z Ruska prichádza mráz. – Мы знаем, что из России приходит мороз* (Sme, 9.2.2009).

Новые оценки 1968 года встречаются также в России. В этом плане бесценными являются воспоминания ген. армии В. Майорова (1998), который оккупацию Чехословакии в 1968 году уже прямо в заголовке называет «вторжением». На примере этой книги можно наглядно проиллюстрировать функционирование **языка власти**, в рамках которого отмечаем целую систему **манипуляции** посредством СМИ. В результате такого злоупотребления язык становится **средством лжи**. В. Майоров был одним из командующим советскими войсками, которые оккупировали Чехословакию. В официальном языке власти *оккупация* характеризовалась кроме иного и такими единицами:

*Интернациональная помощь, оказание помощи братской Чехословакии, борьба с антисоветскими и антисоциалистическими силами* и др.

В результате оккупации Чехословакии в августе 1968 года на территории страны остались советские войска, и это в языке тогдашней власти называлось:

*Dočasný pobyt sovietskych vojsk n našom území – Временное пребывание советских войск на нашей территории.*

Постепенно начались преследования дубчековских представителей страны, которых посчитали *предателями социализма*. Со всех постов должны были уйти главный представитель *Пражской весны Александр Дубчек* и его сторонники. Примерно 30% коммунистов были *исключены из партии*, и на самом деле они стали людьми второй категории. Впоследствии определение *исключен из партии* стало самым опасным пятном в жизни сотен тысяч жителей страны. Даже дети *исключенных из партии* не могли поступать в вузы и другие престижные учебные заведения. В разных персональных анкетах люди должны были отвечать на вопрос: *Какую позицию вы занимали в 1968 году?* И, естественно, все лгали, когда писали: *Я не участвовал ни в каком антисоветском и антисоциалистическом мероприятии.*

В те годы из Чехословакии эмигрировали сотни тысяч жителей всех возрастных категорий, профессий и общественного положения – от простых людей до известных политиков, спортсменов, ученых, представителей культуры и искусства. Многие из них собирались в столице Австрии Вене, и отсюда при помощи Международного красного креста они уезжали в разные страны, где должны были выучить язык, найти жилье, работу и начать жить в чужом мире. Все это и другое называлось *нормализацией*. Лексема *нормализация*, несмотря на ее первичный положительный смысл, стала создавать политический **концепт** [Степанов 2004], содержащий самые негативные ассоциации с жизнью в Чехословакии в 1969-1989 гг. Парадоксом можно считать и тот факт, что главным инициатором *нормализации* был *Густав Гусак*, который в 1969 году сменил *А. Дубчека* на высшем партийном посту. В 1950-ые годы тогдашняя власть его обвинила в *буржуазном национализме*, в результате чего был осужден к пожизненному заключению. И именно при *Дубчеке* он был полностью *реабилитирован*.

На летних олимпийских играх в Мексике осенью 1968 года оккупация Чехословакии живо воспринималась особенно при успехах чехословацких спортсменов. В прыжке в высоту тогда победила чехословацкая спортсменка *М. Резкова*. Второе и третье

места заняли советские спортсменки. В октябрьском номере юмористического журнала «Рогач» (аналогия с русским «Крокодил») за 1968 год был фотомонтаж выше названной тройки спортсменок с комментарием:

*Милена Резкова своим неосторожным прыжком повысила напряжение в Средней Европе.*

На той же олимпиаде 4 золотые медали завоевала легендарная гимнастка *Вера Чаславска*. В одной дисциплине она стала золотым призером вместе с советской гимнасткой *Петриковой*, и когда они вместе стояли на пьедестале почета и слушали государственные гимны Чехословакии и СССР, то *В. Чаславска* сделал жест, из которого вытекало явное несогласие с *оккупацией Чехословакии*. Позиция *В. Чаславской* ей обошла дорого. Этот эпизод с фотографией был опубликован в словацкой газете «Сме» в августе 2013 г. До наших дней она является легендой и в большинстве случаев ее воспринимают как великую патриотку страны. Ее именем воспользовались и в последних президентских выборах в Чехии, когда в предвыборной кампании выступала на стороне правых политических сил с острыми заявлениями в адрес левого кандидата.

Таким образом, тема *оккупация Чехословакии в 1968 году* представляет собой постоянный объект политического дискурса, повторяются известные и вместе с тем приводятся новые факты об этом событии. Интересным можно считать и всякие гипотезы относительно реформ *Пражской весны*. Многие современные СМИ повторяли оценку данных событий премьером страны Р. Фицо: *«Если бы не было оккупации Чехословакии в 1968 году, то мы бы сегодня находились на совершенно другом уровне нашего развития»*.

#### ЛИТЕРАТУРА

Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка. М.: Флинта, Наука, 2010.

Воробьев В. В. Лингвокультурология. Теория и методы. М, 1997.

Гачев Г. Национальные образы мира. Космо. Психо. Логос. М.: Прогресс, Культура, 1995.

Колшанский Г. В. Объективная картина мира в познании и языке. М.: КомКнига 2006.

Майоров В. Вторжение. М.: 1997.

Маслова, В.А. Лингвокультурология. М.: Academia 2004.

Сипко Й. В поисках истинного смысла. Prešov: FF PU 2008.

Степанов И.С. Константы: Словарь русской культуры. М.: 2004.

Хроленко А.Т. Основы лингвокультуры. М.: Флинта, Наука, 2005.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

ФИО: Сипко Йозеф

Место работы и должность: Прешовский университет, профессор, директор Лингвокультурологического и переводческого центра

E-mail: sipkojoz@nipo.sk

**М. А. Степанова**

Нижевартовск (Россия)

**«ЭПИДЕМИЯ ПРАВДЫ»:**

**ФЕНОМЕН СНОУДЕНА В МЕТАФОРАХ**

Громкие политические разоблачения последних лет, связанные с утечкой секретной государственной информации, будируют глобальное медиа-сообщество, ожидающее все новых скандальных подробностей о деятельности разведслужб. Эмоциональная «клихорадка» СМИ подпитывается регулярными информационными «вбросами», источниками которых становятся высшие политические круги самых влиятельных мировых держав.

Попытка политиков прокомментировать, а журналистов – осмыслить события, которые, по всей вероятности, уже запустили определенные механизмы трансформации общественного сознания, зачастую находит свою реализацию в несомненно качественных метафорах. В данной статье приводится обзор нескольких фрагментов медиа-политического дискурса, «стержневыми» элементами которых являются метафорические сравнения скандально известных событий июня-августа 2013г., связанных с именем бывшего сотрудника ЦРУ и Агентства национальной безопасности США Эдварда Сноудена.

Как известно, в начале июня 2013г. Сноуден передал газетам The Guardian и The Washington Post секретную информацию, касающуюся тотальной слежки американских спецслужб за гражданами многих государств, осуществляемой при помощи информационно-коммуникационных сетей. В середине июня власти США заочно обвинили Сноудена в шпионаже и объявили его в международный розыск. Покинув США, Сноуден некоторое время находится на территории Гонконга, а затем бежит в Россию, где просит политического убежища. Более месяца Сноуден, лишенный американского паспорта, пребывает в транзитной зо-

не московского аэропорта «Шереметьево». В настоящее время (конец августа 2013г.) Сноуден находится в пределах Российской Федерации, получив, несмотря на крайне негативную реакцию американских властей, временное убежище; его местонахождение не разглашается по соображениям безопасности.

Образ Эдварда Сноудена крайне противоречив: кадровый офицер, намеренно разглашает секретные государственные данные (ПРЕДАТЕЛЬ), о масштабной деятельности спецслужб, которая нарушает фундаментальные права человека (ГЕРОЙ). Позиционирование личности Сноудена в медиа-политическом пространстве осложняется и тем фактом, что его действия затрагивают жизненно важные интересы целого ряда крупнейших государств мира. Все это находит свое отражение и в реакции медиа-сообщества на происходящие события. Приведем несколько достаточно показательных примеров:

### **РАЗГЛАШЕНИЕ Э. СНОУДЕНОМ СЕКРЕТНОЙ ИНФОРМАЦИИ**

10.06.2013г. *Эдвард Сноуден, новый «герой нашего времени»* (<http://news.israelinfo.ru>)

08.07.2013 *Эдвард Сноуден – «этический хакер» Экссотрудник ЦРУ и сам мог быть нечист на руку* (Московский комсомолец)

29.06.2013 *Американское фиаско, или подвиг ботаника Сноудена Американские спецслужбы в истории с Эдвардом Сноуденом явно терпят фиаско. <...> И ладно бы, он был хорошо подготовленным шпионом, агентом, мафиози в конце концов. Нет, полнейший ботаник.* (Московский комсомолец)

11.06.2013 *Бунт в американском Паноптикуме Предать огласке сверхсекретные документы Сноудена побудили бунт против «всеобъемлющей, автоматической, массовой слежки» – «прямой угрозы демократии», а также разочарование в Обаме, который не сдержал слова сделать политику страны прозрачной. «Может быть, я наивен, – рассказал он, – но я верю, что на данной стадии истории самая большая опасность нашей свободе и образу жизни связана с обоснованным страхом перед полномочиями всезнающего Государства, подконтрольного одним лишь политическим документам». Сноуден сравнил американское общество с Паноптикумом (Паноптиконом)– идеальной тюрьмой английского социолога XVIII века Иеремии Бентама, в которой невидимый стражник*

может наблюдать одновременно за всеми заключенными. (Независимая газета)

06.07.2013 Высший шпионаж Удостоится ли Эдвард Сноуден прижизненного памятника (Итоги)

#### **ПОБЕГ Э. СНОУДЕНА**

25.06.2013 **Беги, Сноуден, беги** На борту российского самолета, вылетевшего вчера из Москвы в Гавану, беглый экс-агент ЦРУ идентифицирован не был (Российская газета)

12.08.2013 **Адвокат призрака** Анатолий Кучерена: путь из молдавского села Мындра до транзитной зоны аэропорта Шереметьево (Итоги)

10.08.2013 **Эдвард Сноуден – не наш сукин сын** Можно вывести его из транзитной зоны «Шереметьева», но нельзя — из российско-американских отношений. (Новая газета)

10.07.2013 Сноудена пустили по рукам Экс-сотрудник ЦРУ лишил Америку статуса "сверхдержавы"

Несмотря на звучащие из властных кабинетов США угрозы, растет число стран, готовых бросить вызов Белому дому. Судя по последней информации, политическое убежище разоблачителю американских секретов предоставляют Никарагуа, Венесуэла и Боливия. В эти страны Сноуден направил соответствующие прошения. (Российская газета)

04.07.2013 Призрак Сноудена в самолете президента Боливии Эво Моралеса не пустили в небо Западной Европы (Московский комсомолец)

13.07.2013 Эдвард Сноуден наконец вышел из сумрака: полный текст его письма правозащитникам *Как именно американский «свистун» созвал людей на встречу в «Шереметьево»* (Московский комсомолец)

02.07.2013 Самый новый русский Эдвард Сноуден хочет стать гражданином РФ (Коммерсантъ)

#### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ДЕЛА СНОУДЕНА»**

25.06.2013г. *"Я бы предпочитал не заниматься такими вопросами, потому что это все равно что поросенка стричь – визга много, а шерсти мало"*. (Финляндия, выступление президента РФ В. Путина)

02.07.2013 Сноуден, как чемодан со сломанной ручкой: выслать жалко и держать опасно *Агент недоверия* (Новая газета)

28.06.2013 Эпидемия правды *Кто из сотрудников спецслужб США вдохновил беглого Сноудена раскрыть служебные секреты* (Новые известия)

26.06.2013 **Неприкаянный "поросенок" из ЦРУ: Сноуден застрел в "Шереметьево" и уже нарушил правила** (<http://www.newsru.com>)

12.06.2013 He has gone underground for now. But this **saga** is far from over. (The Guardian)

(обсуждения на форуме) 20.08.2013 г. А что он сейчас делает и думает – мы просто не знаем. Он давно уже **птичка в клетке, не принимающая решений**. Даже фотография везде одна и та же – старая. Он уже **фантом**, Сноуден. (<http://inotv.rt.com>)

(обсуждения на форуме) 02.08.2013 Проблемы ПРО и Сноудена находятся в абсолютно разных плоскостях. Первая – это важнейшая проблема межгосударственного уровня, а вторая – **театральная авантюра**. Поэтому беглый Сноуден – это **обычная муха**, которая не может быть объектом торга в государственных масштабах. Однако **из этой мухи кто-то пытается сделать слона**. (<http://www.golos-ameriki.ru>)

Подведем своего рода итог. «Дело Эдварда Сноудена», продолжающее серию скандальных политических разоблачений последних лет, рисуется в общественном сознании следующим образом: <Сноуден – «полнейший ботаник», но при этом, вполне вероятно, «этический хакер», совершает акт «высшего шпионажа» и устраивает «бунт в американском Паноптикуме». «Беги, Сноуден, беги». И Сноуден пытается найти прибежище в разных странах, но «уходит в сумрак», становится «призраком». Позже у него появляется собственный адвокат, который помогает ему стать «самым новым русским», хотя некоторые граждане РФ считают, что «Сноуден – не наш сукин сын». И толку от него мало, «все равно что поросенка стричь», он «как чемодан со сломанной ручкой». Сноуден – «обычная муха, из которой кое-кто пытается сделать слона», «птичка в клетке, не принимающая решений», просто «фантом». И все происходящие вокруг него события – то ли «театральная авантюра», то ли болезненное продолжение уже разразившейся «эпидемии правды». Одним словом – «saga»>.

Заметим, что предлагаемый нами обзор медиаматериалов является лишь отправной точкой в исследовании, по

сути, новейших идеологом, которыми стали имена Ассанжа, Мэннинга, Сноудена, и перспективы функционирования которых в глобальном медиа-политическом пространстве на сегодняшний день видятся весьма широкими.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Степанова Марина Александровна*

*Место работы и должность: Нижневартровский государственный университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и перевода*

*E-mail: mstepanova2@gmail.com*

**И. Н. Суспицына**

Екатеринбург (Россия)

### **РЕЛИГИЯ И ПОЛИТИКА СКВОЗЬ ПРИЗМУ МЕТАФОР**

Политика и религия – два социальных института, определяющих жизнь человека и общества. Политика связывает человека с государством, отвечает, в основном, за материальную жизнь людей. Религия заботится о духовных чаяниях, она связывает человека с Богом, пытается дать этические ориентиры индивидам и государству.

Каждый из этих институтов отражается через собственный дискурс. И если политический дискурс (ПД) достаточно подробно и разносторонне проанализирован в научной литературе, то религиозный дискурс (РД) только начинает находить своих исследователей.

Изучение особенностей религиозной коммуникации становится перспективным направлением лингвистических исследований. Об этом свидетельствует возрастающее число работ, которые отражают различные аспекты религиозной коммуникации (В. А. Бурцев, И. М. Гольберг, Н. К. Миронова, Е. А. Кожемякин, Л. П. Крысина, Н. Н. Розанова, Г. А. Савин, А. А. Чернобров, К. Чумакова, О. В. Швед и др.). Как считают исследователи РД, он как статусно-ориентированный занимает важное место среди других типов дискурса, поскольку он позволяет получить поддержку у Бога; призвать ближних к вере; очистить душу; утвердиться в вере и добродетели; разъяснить вероучение; осознать через ритуал свою принадлежность к определенной конфессии.

Система когнитивных политических метафор, отражающих восприятие политической реальности в национальном сознании,

достаточно подробно описана в научной литературе (А. Н. Баранов, Э. В. Будаев, Ю. Н. Караулов, Ю. Б. Феденева, А. П. Чудинов, G. Lakoff и др.). Метафоры РД не становились предметом лингвистического анализа, хотя, как отмечают ученые, в РД языковыми средствами передачи мистического опыта являются эвфемизмы, тропы, экспрессивно-возвышенная лексика, положительные и отрицательные экспрессивы, – то, что обеспечивает не точную рационализацию референта высказывания, а его интуитивное понимание.

Метафора как способ концептуализации действительности занимает особое место в религиозном дискурсе, поскольку она реализует прагматическую функцию – формирует у адресата определенное отношение к ценностям, нормам, правилам поведения, изобразительную – делает речь выразительной, так как для выражения абстрактных понятий необходимы яркие, запоминающиеся образы. Высказывая предположения в метафорической форме о сущности божественного промысла, создатели религиозного дискурса помогают адресату лучше понять его суть. Пользуясь метафорой как инструментом познания, коммуниканты получают то представление о религиозных догмах, какое им необходимо.

Материалом для анализа послужили тексты, опубликованные в массовой печати и ресурсах сети Интернет, за период с 1995 по 2012 год. Выбор столь широкого временного периода, на наш взгляд, вполне обоснован. Религия является первичной основой ценностей, и в этом качестве она является одним из важнейших способов придания смысла социальному действию, определяет его значения и цели. Ценности – фундаментальные, общечеловеческие ориентиры и нормы, являющиеся абсолютным стандартом для людей всех культур и эпох, не меняются со временем, именно поэтому РД не столь обусловлен временными рамками, как, например, политический. Корпус текстов представлен такими жанрами как проповедь, статья, беседа, наставление и другие. Авторы текстов – современные священнослужители русской православной церкви, разъясняющие догматы православия с целью присоединения собеседника к определенной системе религиозных взглядов, побуждения человека к внутренней, незримой духовной работе – акту совести, акту покаяния и т.п.

Исследование показало, что доминирующей метафорической моделью, используемой в религиозном дискурсе, является

фитоморфная метафора. Затем по убыванию степени частотности стоит зооморфная метафорическая модель, метеорологическая и артефактная. Кроме четырех основных метафорических моделей, также используются морбиальные и физиологические метафорические модели.

Наиболее продуктивной является фитоморфная метафорическая модель, характеризующаяся структурированностью и традиционностью для русского сознания.

Количественный анализ продемонстрировал, что метафор со сферой-источником «Растения» оказалось больше всего – 150 метафорических словоупотреблений. Среди них самым частотным слотом является слот «Части растения» – 81 метафора. В основном, данные метафоры употребляются применительно к процессу воспитания детей. Ребенок уподобляется растению, за которым нужно ухаживать, холить и лелеять, когда бывает нужно – применить наказание, если поведение ребенка выходит за рамки привычных норм, то такое поведение следует корректировать. Природе человека свойственна тенденция к духовному росту и развитию так же, как в семени растения заложена тенденция к физическому росту и развитию. Все, что нужно для роста и развития – создать соответствующие условия. Жизненные ценности, нормы морали, нравственность, духовное развитие – те семена, которые родители должны «вложить» в своих детей.

Среди зооморфных метафор наиболее употребительными являются метафоры слота «собственно животные». Наиболее часто встречающимися являются образы хищных животных – льва, медведя, волка. Через образы волка, льва осмысляются силы зла (дьявол, бесы), которые постоянно нападают на души людей, стремятся навредить. Образы животных с древнейших времен лежат в основе религиозных представлений.

Одной из важных тенденций в религиозном дискурсе можно отметить следующую: реалии нашей жизни активно вторгаются в религиозный дискурс. В речи священнослужителей можно обнаружить немало «светских» слов и выражений. На фоне обычной для религиозного дискурса лексики высокого стиля создается яркий контраст. Для того, чтобы быть убедительным, священнослужители нередко обращаются к образам и понятиям повседневной жизни, используя метафоры, близкие современному человеку.

Человечество с первых дней стремилось познать окружающий мир, в том числе религию, и удобнее всего это делать

через образы уже известные. Так, фитоморфные метафоры несут в себе идею естественности жизни, ее непрерывного течения, например, для выражения идеи жизни и смерти, любви, веры служат образы растительного мира. Также наиболее часто употребляемыми являются метеорологические метафоры, которые помогают выразить такие понятия как наказание, грех через образы грома, молнии, грозы. Через зооморфные образы осмысляются истинные ценности, качества, которыми должен обладать верующий, дают представление о добре и зле. Артефактные метафоры используются для выражения отношений человека с миром, человек является частью, «винтиком» в механизме Вселенной. Через образы физиологической и морбальной метафоры человек олицетворяет весь мир, что помогает ему в процессе жизни.

Современный религиозный дискурс опирается на давнюю традицию: как на «исходные» религиозные тексты (Библию, Евангелие), так и на прецедентные фольклорные и художественные тексты. Поэтому метафоры данного дискурса используют концепты сферы-источника, как правило, традиционно окрашенные: положительной коннотацией обладают фитоморфные метафоры, отражающие божественность земного бытия, его неприрывность, отрицательной – метеорологические, поскольку именно в них проявляется зависимость человеческой жизни от божественного промысла.

В целом следует отметить, что в религиозном дискурсе не функционируют метафоры с концептуальным вектором жестокости, агрессивности и соперничества (милитарная, криминальная, спортивная, сексуальная), характерные для политического дискурса. Этот факт объясняется тем, что религия издревле проповедует идеи добра, мира и справедливости, поэтому прагматический потенциал религиозных метафор должен быть положительным. И поэтому метафорика религиозного дискурса демонстрирует фундаментальные для русского национального сознания ценности, акцентируя внимание на идеях естественности и непрерывности жизни, необходимости веры, крепости семьи и т.д., а метафорика политического дискурса «работает» на приходящие ценности, отражая идеи соперничества и борьбы.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Сустицына Инесса Николаевна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации*

*E-mail: inessa\_susp@mail.ru*

**М. Н. Сычева**

Екатеринбург (Россия)

## **ОСОБЕННОСТИ ГРУППЫ ЗРИТЕЛЬНЫХ СИМВОЛОВ «ФАУНА И ФЛОРА» В КИНОТЕКСТАХ ТАЙЛИАС МОСС**

Язык кинотекстов Тайлиас Мосс, являющихся сплавом поэзии, музыки и визуального сопровождения, требует применения методов семиотического анализа. В данной работе под кинотекстом понимается связное, цельное и завершенное сообщение, выраженное при помощи вербальных (лингвистических) и невербальных (иконических и /или индексальных) знаков, организованное в соответствии с замыслом коллективного функционально-дифференцированного автора при помощи кинематографических кодов, зафиксированное на материальном носителе и предназначенное для воспроизведения на экране и аудиовизуального восприятия зрителями [Ефремова, Слышкин 2004: 37].

Кинотекст как креолизованный текст передает сообщения от автора к реципиентам, рассказывая о жизни в формах самой жизни, обладая характеристиками художественного текста (антропоцентричность, целостность, локальная и темпоральная отнесенность кинотекстов, многоканальная информативность, модальность, прагматическая направленность); одновременно кинотекст выступает в качестве многоуровневой надтекстовой надстройки.

Визуальная семиотическая структура кинотекстов Т. Мосс включает в себя: невербальные сигналы, параграфемные символы, монтаж, а также зрительные символы.

Нами были проанализированы 65 кинотекстов, на основе которых составлена классификация зрительных символов кинотекстов Т. Мосс. Выделены группы «Человек», «Флора и Фауна», «Артефакты», «Пространство».

Остановимся на рассмотрении группы «Флора и Фауна». В ней выделены следующие визуальные символы: **1. Животный мир** 1.1) *домашние животные: поросенок (4)*. Образ фермерского поросенка с алыми надписями на боках связан с прошлым диаспоры, с концом XIX века и введением в Америке так называемых «Pig Laws», которые сурово карали афроамериканцев за кражу скота. Мужчин отсылали на рудники, лесопилки, хлопковые поля, а женщин, детей и инвалидов – в лесозаготовительные компании и плантации. Это был период рабства под другим именем. 1.2) *дикие животные и птицы: страус (15), стаи летящих птиц (8), перья (6)*. Образ птицы характерен для афроамериканской литературы. Птица выражает свободу, то, что было недостижимым для бывших рабов. Образ страуса – это наследие Африки, именно с этой птицей ассоциируют себя афроамериканцы не только в литературе, но и в танце (пр: известный танец «Страус», исполненный Чарльзом Муром). Страус – единственная птица, которой приходится подтверждать свою птичью природу, так же как и афроамериканцам, которые много лет доказывали, что они наравне с европейцами. В кинотексте «Ostrich Culture of Snowmen» поэтесса создает визуальную оппозицию «белый – черный» с помощью двух действующих персонажей: страуса и белого седовласого мужчины. К тому же, черные и белые перья страуса – смешение черного и белого начал, этот образ свидетельствует о двойственной природе.

Летящие стаи птиц, а также перья отсылают реципиента к легенде о гусях, в которых превратились несчастные рабы одной из плантаций и таким способом освободились.

**2. Мир растений:** *деревья (9), молодые побеги дерева (4), лес (2), поля, покрытые зеленой травой (1) корни дерева (4) ствол дерева (4)*.

Дерево уходит корнями в землю, а ветвями к небу, являясь посредником между верхом и низом, миром богов и подземным миром усопших. В христианстве дерево – символ жизни, а неплодородное дерево – символ греха, именно грешниками называет дочь и мать поэтесса. Они обе нуждаются в отпущении грехов, спасении. Дочь верит во взаимосвязь малого (люди) и значимого (Бог), во всеобъемлющую форму вселенной. Именно изображение дочери находится на стволе дерева (по древним верованиям дерево укрывало эльфоподобных нимф), именно ее волосы растут, струятся вниз. Отращивать волосы принято у

кающихся грешников. Кроме того, рабов, как правило, обстригли, лишали волос. Растущие и густые волосы поэтессы – долгожданное обретение свободы, растворение клейма рабства. Мать связывается и с миром усопших, так как ее муж умер 30 лет назад, и с Иисусом Христом. Бленд их двоих и есть ее спаситель.

Изучение подобных кинотекстов как образно-знаковой системы способствует более глубокому пониманию уникальности мировосприятия афроамериканского идиома и принадлежащих ему способов материализации идеальной предметности.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Ефремова М. А., Слышкин Г. Г. Кинотекст. – М., 2004. С. 37.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Сычева Мария Николаевна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, студентка Института иностранных языков*

*E-mail: shustrovaev@mail.ru*

#### **Ю. Р. Тагильцева**

Екатеринбург (Россия)

### **ОСТОРОЖНО – «КРЕСТНЫЙ БАТЬКА», ИЛИ ДОКУМЕНТАЛЬНЫЙ ФИЛЬМ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ВОЙНЫ\***

После распада СССР геополитическое, экономическое, информационное пространство некогда единого государства было поделено на сферы влияния, что привело, как отмечают исследователи, к возникновению и развитию дестабилизирующих процессов в рамках отдельно функционирующих независимых государств.

Поскольку Белоруссия, как и некоторые бывшие союзные республики, обладает низким запасом полезных ископаемых и заинтересована в энергоносителях, сырье и высоких технологиях, то изначально она выбрала путь на единение с Россией. Так, в 1999 г. был подписан «Договор о создании Союзного государства России и Белоруссии», который вступил в свою силу лишь 26 января 2000 г. И как отмечают аналитики, это был сильный

---

\* Работа выполнена в рамках государственного задания Министерства образования и науки РФ (проект 6.2985.2011 — «Политическая метеорология»)

© Тагильцева Ю. Р., 2013

шаг в сторону интеграции как самой России на постсоветском пространстве, так и Белоруссии. Но несмотря на медленное поступательное развитие взаимоотношений двух стран, время от времени возникают проблемные ситуации, переходящие в информационно-психологическое противостояние с целью, с одной стороны – России – удержание Белоруссии как стратегического союзника, а также экономическое и политическое доминирование над Белоруссией – поглощение основных экономических активов Белоруссии – для выработки «зависимости» от решений Москвы посредством экономических рычагов; с другой – Белоруссии – экономическое и политическое воздействие на Россию посредством экономического и политического шантажа с целью получения «приемлемых условий поставки и транспортировки газа, нефти».

Наиболее ярким пропагандистским периодом в российско-белорусских отношениях стало «жаркое» лето 2010 г. Напомним причины разразившейся войны. Начиная с 2010 г. Белоруссия пытается делать первые шаги в сторону интеграции с ЕС и искать альтернативные пути поставки нефти в республику: в мае-июне были произведены поставки венесуэльской нефти через Украину для Мозырского нефтеперерабатывающего завода, хотя до этого времени Белоруссия не планировала подобных действий. Подтолкнули на эти шаги очередные изменения со стороны России условия поставки нефти в Белоруссию, в результате чего экспорт нефтепродуктов сократился на 40 %, а объем продукции нефтеперерабатывающей промышленности упал на 30 %. И, как следствие, сократились доходы белорусского бюджета от экспорта. Поскольку Белоруссия не согласилась на подобные условия, 22 июня (дата выбрана неслучайно) «Газпром» выдвигает ультиматум по оплате белорусского газового долга. Буквально через несколько дней – 28 июня – А. Лукашенко написал открытое письмо в газете «Правда», в котором не только подтвердил задолженность «Белтрансгаза» перед «Газпромом», но и обвинил российскую сторону в срыве переговоров по цене на газ. Затем 1 июля белорусским президентом были разосланы крупным российским предпринимателям письма, по содержанию схожие с открытым письмом в «Правде», а 3 июля в День независимости Белоруссии А. Лукашенко заявил о ратификации всех договоров и соглашений, касающихся Таможенного союза,

включая таможенный кодекс и обвинил Россию в несоблюдении условий и стремлении захватить.

«Они (Россия) грубо фальсифицируют, фальшиво. Но профессионально, режут все наши выступления и делают из нас идиотов... И они что, хотят, чтобы я молчал? <...> Не волнуйтесь, их (России) дело говорить, им блинов хочется, им колбасы хочется, масла, наверное» [Гришин].

В качестве ответного хода, 4 июля на канале НТВ в программе «Чрезвычайное происшествие» показывается документальный фильм «Крестный батька». Следует отметить, что мгновенная реакция свидетельствовала о прогнозировании российской стороной дальнейшей конфронтации и заблаговременной подготовке ответных мер. Продолжение не заставило себя ждать: 16 июля – выходит на голубые экраны вторая часть бестселлера – «Крестный батька – 2», 15 августа – «Крестный батька – 3», 8 октября – «Крестный батька – 4». Целями фильма стали, с одной стороны, навесить ярлык «мафиозного папы» на действующего президента Белоруссии (здесь явно прослеживаются аналогии с гангстерской драмой режиссера Фрэнка Форд Копполы «Крестный отец»); с другой – на протяжении всех серий усиленно создавался образ всесильного, безжалостного «крестного отца», стремящегося удерживать власть всеми возможными и невозможными способами и все контролировать. Для создания данного образа разработчиками фильма использовались различные языковые приемы и методы пропаганды и психологического манипулирования.

Во-первых, использование жаргонной и военной лексики способствовало созданию:

- образа преступного сообщества, внедрившегося во власть, и его главы: **«крестный отец», «клан», «пахан»;**

- образа А. Лукашенко как человека, идущего на всё ради достижения цели и получения власти и не терпящего возражения: **«Должен выполнить мой любой приказ», «Если ты не выполнишь мой любой приказ, тебе наденут наручники», ему нужна «бездумная послушная машина государства, щелкающая сапогами»** (Ю. Захаренко), **«безграничная власть», «человек, с которым лучше не спорить»;**

- представления о нелегитимности действий президента Белоруссии, носящих криминальный характер: **«убрать», «ис-**

**чезновения», «рейдерский захват», «убийства», «добивают», «похищения», «грабеж», «коррупционные схемы»;**

- использование моделей метафоры «войны» и «мира животных» – «волков» – наделяет медийные образы А. Лукашенко и его семьи негативными коннотациями – жадные до власти, аморальные, агрессивные:

**«Молодые волки» Виктора Лукашенко надежно прикрывают семейные тылы» (неслучайно «бригада» старшего сына А. Лукашенко названа «Молодыми волками»).**

**«Подросли дети. Они уже вкусили власть. Он будет держаться, но и они (дети) тоже» (В.Некляев).**

- впечатления о психически нездоровой, маниакальной личности А. Лукашенко было использовано исследованием врача-психиатра Д. Щигельского о психическом заблуждении президента: **«мозаическая психопатия», «импульсивность», «неконтрольность своих действий», «отклонения его диагноза».**

В результате напрашивается вывод, что действия А. Лукашенко опасны для самой Белоруссии и именно они являются первопричиной конфликта между двумя странами.

Во-вторых, в фильмах явно прослеживается использование способов манипуляции посредством СМИ, предложенных С.А. Зелинским.

#### **1. «Очевидцы событий»**

Во всех частях представлены очевидцы событий, которые с необходимой искренностью сообщают информацию о «заказных» убийствах главных оппонентов – вице-спикера Г. Карпенко, бывшего министра МВД РБ Ю. Захаренко, и.о. председателя Верховного Совета Белоруссии В. Гончара, журналиста Д. Заварского и заключении в тюрьму и высылках из страны ненужных власти людей и коррупционных маневрах А. Лукашенко. Так, в фильме «Крестный батька – 2» появляется «без лица» с искаженным голосом якобы действующий сотрудник КГБ Белоруссии, рассказывающий об «особой» дружбе А. Лукашенко с К. Бакиевым, бывшим президентом Киргизии, и намерениях белорусского президента в отношении своей страны. Это, по мнению создателей фильма, должно способствовать воздействию на бессознательное телезрителя, что приведет к накалу чувств – прежде всего возмущения от «информационного прикосновения» к темным желанием А. Лукашенко и его близостью с К. Бакиевым, известным «вором, коррупционером» – и как следствие,

благодаря ослаблению цензуры психики, информация воспринимается без определения ее ложной сущности.

## 2. Односторонность освещения события

В фильме представлено только односторонне видение событий, происходивших в Белоруссии в периоды правления А. Лукашенко – таинственные исчезновения и убийства и давления на оппозиционно настроенных политических деятелей, бизнесменов и журналистов, навязанное зрителям «энтэвэшным» российским каналом. Если и встречались высказывания А. Лукашенко, то они были чаще всего выдернуты из контекста и им придавалась соответствующая лексическая окраска.

## 3. Экспрессивный удар

Данный способ используется для создания у зрителей эффекта психологического шока за счет трансляции ужасающих актов, совершенных по указанию А. Лукашенко, – заказных «исчезновений» и убийств людей, приближенных к власти, а также тех, кто осмелился задать «ненужные» вопросы либо владел какими-либо заинтересовавшими власть объектами.

## 4. Повторения

В фильме используется многократное повторение информации, прослеживаемое во всех четырех частях «Крестного батьки». Основными ударными повторами являются описания якобы маниакальной, психически нездоровой личности А. Лукашенко, подчеркивание его нелегитимной криминальной деятельности по устранению конкурентов как в политике, так и в бизнесе. Это должно способствовать закреплению в подсознании телезрителей негативной информации и созданию образа «мафиозного гения» президента Белоруссии.

## 5. Ложные аналогии

В первых двух частях прослеживаются аналогии личности президента А. Лукашенко с такими авторитарными политическими деятелями, как А. Гитлером и И. Сталиным. Причем постоянно подчеркивается восхищение А. Лукашенко деятельностью А. Гитлера по сплочению арийской нации и германского государства, что опять же работает на создание авторитарно-маниакальной личности президента Белоруссии.

В-третьих, все части фильма носят пропагандистский характер, заключающийся в стремлении наклеить ярлык на белорусского президента – «крестного отца», чьи действия квалифицируются как нелегитимные как во внутренней, так и во внешней

политике, тирана, захватившего власть и искореняющего инакомыслящих нежелательных оппонентов. Другой дискредитирующей тактикой становится ирония и высмеивание высказываний и действий А. Лукашенко. Так, в фильме неоднократно заостряется внимание на том, что белорусский президент порой противоречит себе в словах и поступках, на садистских наклонностях – неоднократно во всех частях идет повторение вырванных из речи А. Лукашенко высказываний, типа **«свернем голову», «собственноручно отверну голову»**, и на его двуличности, проявляющейся не только в действиях, но и в политике.

На дискредитацию личности А. Лукашенко также направлены и сообщения о его дружеских связях с президентом Грузии М. Саакашвили, бывшим президентом Киргизии К. Бакиевым и бывшим мэром Москвы Ю. Лужковым. В результате должен был сработать принцип «Скажи мне, кто твой друг, и я скажу, кто ты»: что можно ожидать от человека, который водит дружбу с психически нездоровым президентом Грузии (упоминаются его «прятки» от спецслужб США и нервное «жевание» галстука), и с бывшим президентом Киргизии, обвиненным в коррупции, расхищении государственного бюджета, а также со скандально известным мэром Москвы.

Параллельно с «Крестным батькой» на телеканале «Russia Today», ориентированном прежде всего на зарубежную аудиторию, был запущен антилукашенковский фильм «Последний диктатор Европы».

Всю эту кампанию, развернувшуюся на российском телевидении, против белорусского президента в прессе «расценили и как следствие недавней «газовой войны», и как следствие споров вокруг присоединения Беларуси к Таможенному союзу» [<http://warp.lento.run/news/2010/07/06/against/>].

После выхода второй части «Крестного батьки» А. Лукашенко предпринимает ряд политических шагов, которые, с одной стороны, показали, что Белоруссия готова дать отпор, а с другой – старается по возможности сохранить дипломатические отношения. Одним из первых ответных информационных выпадов в сторону России стала показанная буквально на следующий день – 16 июля – по «Первому каналу» белорусского телевидения запись эксклюзивного интервью М. Саакашвили, президента Грузии, в котором он заверил Белоруссию в дружбе и поддержке.)

Во-вторых, во время встречи 26 августа А. Лукашенко с губернатором Курской области РФ А. Михайловым заявил, что «вы (россияне) всегда были братьями нашего народа и останетесь, и хочу. Чтобы вы это знали. <...> Никаких конфликтов между Россией и Беларусью нет. Абсолютно никаких конфликтов между россиянами и белорусами нети быть не может. Все, что происходит, это абсолютно субъективно. Это личностный конфликт...» [[http://naviny.by/rubrics/2010/08/26/is\\_media\\_video\\_112\\_4612](http://naviny.by/rubrics/2010/08/26/is_media_video_112_4612)]. Использование «мирной» дипломатической лексики прежде всего свидетельствует о наличии коммуникативного компромисса во внешнеполитической деятельности Белоруссии в отношении России.

В-третьих, на пресс-конференции, устроенной для российских журналистов 1 октября, А. Лукашенко пытался мягко оказать давление – политический шантаж – на российскую сторону, напоминая, что «Москва сама ставит под удар судьбу своих военных объектов в Беларуси и единой системы ПВО» [Мониторинг событий: 64].

В-четвертых, используя публичный политико-конфессиональный шантаж, А. Лукашенко на еще одно большое место – на единое православное пространство. В Стамбуле белорусский президент вступил в переговоры с константинопольским патриархом о возможной подготовке автокефалии Белорусской православной церкви, а потом принял уже у себя, в Белоруссии, папского легата, и передал Бенедикту XVI «как доброму другу <...> самые добрые пожелания [Там же: 65]. Подобное действие можно расценивать как попытку разъединения единого православного пространства, как конфессиональный вызов России в отместку за «Крестного батьку».

Конечно, это вызвало бурю эмоций с российской стороны. В октябре 2010 г. президент РФ Д. Медведев в своем видеоблоге заявил, что правительство Минска пытается сделать из Москвы одного из главных врагов: «Стремление сформировать в общественном сознании образ внешнего врага всегда отличало белорусское руководство... Теперь одним из главных врагов объявлена Россия. <...> Предвыборная кампания там целиком и полностью построена на антироссийских сюжетах, на истерических обвинениях России в нежелании поддерживать белорусов и белорусскую экономику, проклятиях в адрес российского руководства» [<http://www.vesti.ru/doc.html?id=396752>].

Как отмечает политолог В. Карбалевич, «на белорусскую власть идет давление по нарастающей. Сначала первые части «Крестного батьки», потом заявление Медведева, об адекватном признании белорусских выборов, после – видео-блог Медведева. <...> Все это означает, что конфликт руководства Белоруссии и России перерос из конфликта личных отношений в политическую фазу» [Мониторинг: 64].

Но в декабре – 8-го – за закрытыми дверями перед началом 22-го заседания в Москве Высшего органа Таможенного союза произошло примирение Белоруссии и России. Скорее всего, это было вызвано осознанием российского руководства, что политико-экономический шантаж не сможет способствовать к объединению России и Белоруссии и вряд ли в Белоруссии победит на выборах пророссийский политик, способный заменить А. Лукашенко и зовущий к единству. Поэтому уже к концу года меняется дипломатическая лексика Москвы. «На пресс-конференции В. Путин попытался снизить накал страстей в российско-белорусских отношениях, назвав «информационную войну» против Минска «семейной ссорой» [Мониторинг: 65]. И опять наблюдается движение в сторону коммуникативного компромисса – переориентации с «врага» на «размолвку в семье».

Как видим, в данном информационно-психологическом противостоянии преследовались следующие установки. Во-первых, закрепить в сознании российского общества модель «крестного батьки» и образа врага, а со временем разорвать российско-белорусские отношения, как следствие, никто не сможет обвинить российское правительство в подобной акции. Во-вторых, предоставить возможность воспользоваться ситуацией оппозиционерам А. Лукашенко, чтобы сместить его и поставить «угодного» России руководителя. Для того, чтобы навязать подобные стереотипы общественному мнению, были использованы СМИ и СМК, которые и выступили «в роли основных манипуляторов сознания, ибо притупляют сознание посредством информации, подаваемой посредством деятельности СМИ таким образом, чтобы сформировать в индивидууме невозможность критического отношения к действительности» [Зеленский: <http://>].

Но несмотря на проведение массированных информационных атак со стороны России, так и Белоруссии, ориентированность обеих стран друг на друга не исчезает, а лишь ослабевает, что

объясняется наличием растущих различий в укладах общественной жизни, в развитии экономики и политической организации.

В целом, информационно-психологическая война между Россией и Белоруссией способствовала, с одной стороны, выявлению проблемных зон в экономической и политической сферах и возможному поиску их разрешения с сохранением дипломатических отношений между странами, а с другой – пониманию необходимости новой модели отношений в рамках Союзного государства на условиях равноправных партнеров.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Александр Лукашенко: То, что происходит в отношениях с Россией, – это личный конфликт. URL: [http://naviny.by/rubrics/2010/08/26/is\\_media\\_video\\_112\\_4612](http://naviny.by/rubrics/2010/08/26/is_media_video_112_4612) (15.05.2013).

Белорусов снабдят освежителями воздуха для защиты от НТВ. URL: <http://wap.lenta.ru/news/2010/07/06/againts> (13.05.2013).

Гришин А. Президент Белоруссии заявил о ратификации всех документов в рамках Таможенного союза. URL: <http://www.kp.ru/daily/24517/666290> (15.05.2013)

Зелинский С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. URL: <http://psyfactor.org/lib/zelinski-02.htm> (07.05.2013).

Медведев: Лукашенко пытается создать образ России как врага своей страны. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=396752> (13.05.2013)

Мониторинг событий. Вторая декада октября. С. 60-68. URL: <http://www.namakon.ru/monitoring.php?id=458&p=4&page=8>

Рахлей М. Ориентация белорусов на Россию ослабевает. URL: [http://naviny.by/rubrics/society/2010/8/10/ic\\_articles\\_116\\_169998/](http://naviny.by/rubrics/society/2010/8/10/ic_articles_116_169998/) (20/05/2013)

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Тагильцева Юлия Ринатовна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, кандидат филологических наук, доцент*

*E-mail: jennifer1979@yandex.ru*

**Г. Н. Тельминов**

Екатеринбург (Россия)

### **КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАКТИКИ ВЕЖЛИВОСТИ В АМЕРИКАНСКОЙ И РОССИЙСКОЙ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ**

Определяя рекламу как дискурс, выполняющий роль средства общения в массовой коммуникации, мы можем говорить о

ее семиотической природе, о наличии собственной структурной организации, которая отличается динамичной конфигурацией. Мы рассматриваем рекламу как прагматически направленный текст, в котором все средства нацелены на привлечение адресата и, в дальнейшем, на убеждение его в необходимости совершения покупки.

Рекламный интернет-дискурс – это совокупность текстов с дополнительными экстралингвистическими компонентами, детерминированными реальностью, которые направлены на клиента и формируют интернет-рекламу как интегральную составляющую дискурса. Дискурс Интернета представляет собой свертхтекст (гипертекст), креолизованный, т.е. семиотически осложненный текст.

Интернет-реклама представляет собой интертекстуальную систему. Реклама в Интернете базируется на использовании большого числа всевозможных семиотических кодов и представлена как креолизованный текст. Многослойность, ярусность являются важными признаками интернет-рекламы. Важной характеристикой дискурса интернет-рекламы является оптимизация ее восприятия, облегчение поиска, повышение выразительности с целью привлечения реципиента, сегментация информации и ее компрессия, повторы, ссылки и отсылки, семиотическое варьирование (использование разных семиотических систем для рекламирования одного и того же предмета рекламы), внутренняя политекстуальность.

Общепринятого определения категории вежливости нет, но в целом она может быть охарактеризована как способ социального взаимодействия, основанием которого служит проявление уважения к собеседнику. В российской традиции коммуникативная вежливость предполагает: сдержанную манеру общения; поддержание коммуникативного такта; соблюдение коммуникативной императивности; соблюдение коммуникативного табу; культуру речи [Стернин 2003: 31]. В американской традиции принцип вежливости предполагает: максимум такта; максимум великодушия; максимум одобрения; максимум скромности; максимум согласия; максимум симпатии [Leech 2005: 30].

Речевую стратегию мы понимаем как совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего, а речевую тактику – как действие, способствующее реализации стратегии. Стратегический замысел

определяет выбор средств и приемов его реализации, следовательно, речевая стратегия и тактика связаны как род и вид.

В теории межкультурной коммуникации принцип вежливости рассматривается как соблюдение коммуникативного контакта и заключается в следовании действительному для данной ситуации комплекту взаимных прав и обязанностей партнеров по общению. Различают два типа вежливости: позитивную и негативную. Позитивная вежливость служит для выражения говорящим расположения и симпатии адресату. Она предполагает тактики сближения, уменьшения дистанции (комплименты, стремление к отсутствию разногласий, выражение внимания, образование комфортной атмосферы).

Типологию тактик позитивной вежливости в российской и американской Интернет-рекламе можно представить следующим образом. Группа тактик прямого выражения мысли включает в себя: 1) тактику совета; 2) тактику прямого предложения; 3) тактику облегчения восприятия рекламного текста на сайте; 4) тактику демонстрации внимания к потенциальному потребителю. Цель прямой рекламы – убедить адресата с помощью конкретной дефиниции, наиболее соответствующей задачам автора, а также посредством выбора жанровой формы, структурных, содержательных и лингвистических приемов с целью наиболее выгодной подачи предмета рекламы. В свою очередь, прямое выражение мысли реализуется посредством репертуара тактических схем. По нашим наблюдениям, тактика совета (*Многие вещи, события и явления в Таиланде могут несколько отличаться от привычного европейского уклада. Никогда не пейте воду из-под крана. Питьевая вода в бутылках стоит очень недорого и продается на каждом шагу. Будьте осторожны на солнце*) и тактика облегчения восприятия рекламного текста по «принципу матрешки» – последовательного раскрытия смысла рекламного сообщения, и в русской, и в американской Интернет-рекламе представлена в почти равной степени. Тактика демонстрации внимания к потенциальному потребителю в американской рекламе имеет тенденцию к росту.

Средства контакта между участниками общения (апеллятивы) широко используются как в публицистическом, так и в рекламном дискурсе. Роль апеллятивов не ограничивается исключительно обращениями, они также выполняют социально-этикетную, экспрессивную и ролевую функции. В связи с этим

возможно выделение группы апеллятивных тактик, которая включает в себя: 1) тактику *ты*-обращения (для российской Интернет-рекламы) либо тактику прямого императива (для американской Интернет-рекламы); 2) тактику присвоения «титула» адресату; 4) тактику «свободы» выбора; 5) тактику предложения совместной деятельности. В результате проведенного исследования, выявлено, что тактика прямого императива в американской рекламе представлена чаще. С одной стороны, тактика присвоения «титула» адресату (*Уважаемые автовладельцы, наш дилерский центр с радостью готов обслужить вас*) и тактика предложения совместной деятельности (*Давайте пройдем вместе по узким улицам Афин!*) более популярны в российской рекламе, чем в американской. С другой стороны, тактика «свободы» выбора (*Looking to take surfing lessons? Want to book a kitesurfing holiday? Maybe you want do a tandem skydive? The kite-surfshop is packed with information on tours, trips, lessons and activities.*) шире представлена в американской Интернет-рекламе, нежели чем в отечественной.

Группа этикетных тактик включает в себя: 1) тактику комплимента; 2) тактику извинения; 3) тактику приветствия; 4) тактику благодарности; 5) тактику прощания. Материальная заинтересованность автора рекламы побуждает его использовать приемы, максимально приближенные к похвале, комплименту. Тактику комплимента предполагает бескорыстность и искренность адресантов. Основным же стимулом автора рекламы является прибыль, поэтому он пытается убедить адресата в том, что слова его искренни, создать у него отличное настроение. Намерение польстить адресату продиктовано соображением вежливости и желанием поддерживать с ним согласие в деловых отношениях. Тактики комплимента (*Купив этот костюм, Вы почувствуете себя настоящим аристократом.*), приветствия и прощания чаще используются в российской интернет-рекламе, а тактики извинения (*SORRY, THIS ITEM HAS BEEN SOLD!*) и благодарности (*Thank you for buying our product*) – в американской. Также замечено, что в американской интернет-рекламе при прощании приводится важная дополнительная информация, необходимая для клиента, помимо самого прощания как такового.

Следующей выделенной нами тактикой является тактика повышения статуса клиента, которая направлена на попытку создания яркого образа, призванного привлечь внимание клиен-

та и убедить его в необходимости приобретения рекламируемого товара или услуги. Преувеличение является важной характерной чертой в американской Интернет-рекламе для которой типичны гиперболы, интенсификаторы, повторы, оценочные прилагательные и глаголы, употребляемые в самых обыденных ситуациях. Для русской бытовой среды общения данные приемы привлечения внимания и экспрессивности менее характерны, но, тем не менее, в рекламном дискурсе они используются довольно часто. В результате проведенного исследования, мы определили, что тактика повышения статуса клиента почти одинаково широко представлена как в американской, так и в российской Интернет-рекламе (в российской эта тактика имеет значительную тенденцию к росту под влиянием американской Интернет-рекламы).

Следующей отмеченной нами тактикой является *Тактика изменения эмоционального состояния*, которая может сочетаться с созданием яркого образа, призванного привлечь внимание клиента и убедить его в необходимости приобретения рекламируемого товара или услуги (*One of our representatives will be happy to assist in answering your questions. // We are delighted to see you as our customer*). Данная тактика представлена в американской рекламе чаще, чем в российской.

Последней тактикой, выделенной нами является *Тактика вовлечения адресата в игру посредством юмора*. Рекламный текст может включать в себя юмор, шутки. Если юмор используется в рекламном дискурсе, то он ассоциируется с услышанной или увиденной рекламой, которая закрепится в памяти адресата. Данная тактика представлена в российской рекламе чаще, чем в американской (*Тещу не выбирают, зато работодателя ты можешь выбрать сам. Работа в лучших компаниях.*)

Наиболее характерными речевыми средствами репрезентации позитивной вежливости в американской рекламе являются слова благодарности и извинения, а в российской – приветственные и прощальные слова.

Негативная вежливость направлена на установление коммуникативных связей между участниками коммуникации, она обеспечивает независимость личности человека, стремление к отсутствию нарушения ее границ, выражая официальность, дистантность, сдержанность и формальное проявление уважения. Тактики негативной вежливости в российской и американской

Интернет-рекламе можно представить в виде следующей типологии: тактика обезличивания, тактика предположения, тактика минимизации предмета рекламы, группа тактик подведения «угрожающего лицу» речевого акта под общее правило, маскировочная тактика, тактика Вы-обращения.

Тактика обезличивания (автор рекламы старается скрыть свое присутствие и присутствие адресата, т.е. подделаться под “не-рекламу”). Тексты, в которых реализуется эта тактика, определяют предельная структурная простота: текст состоит из вербальных информативных компонентов, императивы отсутствуют. Отсутствуют и указания на покупку товара. Тактика обезличивания употребляется примерно с одинаковой частотностью как в российской, так и в американской Интернет-рекламе.

Цель тактики предположения – смягчение воздействия на адресата в речевом акте. Адресант, смягчая уверенность в осуществимости действия, к которому побуждает собеседника, уменьшает степень влияния посредством использования модальных средств. По нашим наблюдениям, тактика предположения чаще используется в американской рекламе, чем в российской (*Could you ever think you may spend your vacation on a small island far from the civilization?*).

Тактика минимизации предмета рекламы используется для уменьшения давления на клиента. В российском рекламном Интернет-дискурсе эта тактика не имеет тенденции к развитию; однако она широко представлена в американском Интернет-дискурсе (*Choosing a credit card is a bit of an art*).

Группа тактик подведения «угрожающего лицу» речевого акта под общее правило (тактика моделирования ситуации «ссылка на готовые правила и инструкции» и тактика желаемой необходимости) маскирует рекламу под “не-рекламу”. Реклама, по своей сути, навязчива и представляет собой «угрожающий лицу» речевой акт (Face-threatening act) – реклама навязывает, просит, предлагает, советует, предупреждает. Чтобы снизить навязчивость и «угрозу», автор рекламы иногда вынужден прибегать к тому, чтобы представить рекламное сообщение как общее для всех правило, инструкцию, общепринятую схему действий. Тактика моделирования ситуации «ссылка на готовые правила и инструкции» и тактика желаемой необходимости примерно с одинаковой частотностью используются как в российской, так и в американской рекламе. В американской Интернет-рекламе глагол *must* смягчен либо страда-

тельным залогом, либо словом please, однако российской рекламе слово «пожалуйста» употребляется реже.

Маскировочная тактика продвигает «платный» товар одновременно с «бесплатным» под видом подарков. Такая тактика продвижения способствует большей известности рекламодателя и эффективному продвижению его товаров и услуг. Маскировочная тактика используется рекламодателем для перевода «бесплатного» продукта в разряд «платного», или «недорогого» в разряд «дорогого». Маскировочная тактика примерно с одинаковой частотностью используется в американской и российской интернет-рекламе.

Возможность использования в российской интернет-рекламе двух видов обращения (Вы и ты) имеет определенные преимущества по отношению к американской. При обращении к индивидуальному человеку на Вы автор рекламы поднимает его значимость и статус. В свою очередь, в американской рекламе при обращении чаще используется слово please.

Характерными речевыми средствами репрезентации негативной вежливости в американской рекламе являются вводные слова, обозначающие предположение, наречные минимизаторы, условное наклонение и страдательный залог, а в российской – бессубъектные предложения и предикативные формы.

Ожидается, что в ближайшее время интернет-реклама займет такое же место, как и другие виды рекламы.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Стернин И. А., Ларина Т. В., Стернина М. А. Очерк английского коммуникативного поведения. Воронеж: Истоки, 2003. 184 с.

Leech G. Politeness: Is there an East-West Divide? // Journal of Foreign Languages, 2005. №6. Pp 28– 45

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Тельминов Геннадий Николаевич*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, ассистент кафедры английской филологии и сопоставительного языкознания, аспирант кафедры риторики и межкультурной коммуникации*

*E-mail: telminov@aol.com*

**З. К. Темиргазина**  
Павлодар (Казахстан)

**НЕКОТОРЫЕ ПРИЕМЫ  
ЯЗЫКОВОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ  
В СОВРЕМЕННОМ КАЗАХСТАНСКОМ  
ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Интенсивность и масштабность информационного воздействия СМИ на политическое сознание человека превращает сегодня изучение способов и приемов языкового манипулирования из узко научной в междисциплинарную проблему – и шире – в общенациональный вопрос информационной и психологической безопасности общества.

Понятия «манипулирование», «манипуляция», «манипулятивное воздействие» обозначают особый подход к социальному взаимодействию и управлению, предполагающий активное использование разнообразных способов и средств скрытого принуждения людей [Кара-Мурза 2000]. Манипулирование в политических целях направлено на программирование политических мнений и устремлений масс, на корректировку и изменение ценностной картины мира человека, а в конечном счете – на контроль над массами, управление ими.

В основе манипулирования лежат психологические закономерности влияния на сознание и эмоциональную сферу человека. Язык относится к наиболее эффективным инструментам психологического воздействия на человека; другие инструменты (музыка, звуки, событийные ряды, визуальные образы, обонятельные ощущения и проч.) являются менее действенными в силу разных причин, на которых мы сейчас не будем останавливаться. Т.В. Булыгина, А.Д. Шмелев называют манипулирование посредством языка «языковой демагогией». Под ней они подразумевают «приемы непрямого воздействия на слушающего или читателя, когда идеи, которые необходимо внушить ему, не высказываются прямо, а навязываются ему исподволь путем использования возможностей, предоставляемых языковыми механизмами» [Булыгина, Шмелев 1997: 461]. Многие исследователи отмечают скрытый, неявный для человека характер манипуля-

тивного воздействия как основную его черту [Доценко 1996, Кара-Мурза 2000, Шиллер 1980].

К наиболее эффективным и универсальным способам манипулирования массовым сознанием относится распространение в СМИ информации, неадекватно отражающей реальный мир, вводящей человека в заблуждение. Подобная информация создает вторую, субъективную реальность, которая носит иллюзорный характер и, следовательно, мешает адекватному пониманию и верной интерпретации человеком окружающей действительности и себя в том числе. Неслучайно политологи полагают, что одним из основных значений термина «манипуляция» является следующее: «система психологического воздействия, ориентированная на внедрение иллюзорных представлений» ([Политология 1993: 163]. – Подчеркнуто нами. – З.Т.)

Разновидностью этого способа манипулирования можно считать построение дискурса на основе **оппозиции «реальность»/ «нереальность»** или **«кажущаяся, или мнимая реальность»**, которое часто наблюдается в современном казахстанском русскоязычном политическом дискурсе. Причем реальность здесь понимается не в обычном смысле – как объективная данность, факты. Реальность – это то, что считает данностью говорящий, порождающий текст; нереальность также определяется им. «Даже когда апелляция к реальности осуществляется открыто, мы имеем дело со своего рода «языковой демагогией», поскольку в основе такой апелляции лежит имплицитное представление о «мнимой», «кажущейся» реальности, скрывающей за собой «подлинную», «настоящую» реальность (при этом говорящий в неявном виде присваивает себе право судить о том, какова эта подлинная реальность). В случае же неявной апелляции к реальности эффективность приема усиливается тем, что подмена фактов («кажущейся» реальности) их интерпретацией («подлинной» реальностью) осуществляется почти незаметно для тех, кому адресован этот прием» [Булыгина, Шмелев 1997: 468].

С грамматической точки зрения речь идет, конечно же, о субъективной модальности, передающей отношение говорящего к пропозициональному содержанию высказывания. Именно говорящий (журналист, политик, официальное лицо, пресс-секретарь и т.п.) характеризует какую-либо ситуацию с точки зрения: «то, что есть на самом деле» – «то, чего на самом деле

нет». Указанная оппозиция конкретизируется в политическом дискурсе и претворяется, таким образом, в противопоставлениях «достоверность»/ «недостоверность» – по отношению к содержанию высказывания, «объективность»/ «необъективность» – по отношению к позиции говорящего.

Если обозначить говорящего как субъекта  $S_1$ , интерпретируемые ситуации как пропозиции  $P_1$ ,  $P_2$ , то все это можно представить в формуле [ $S_1$  полагает  $P_1$  реальной, а  $P_2$  нереальной]. Но поскольку  $P_2$  также может интерпретироваться другим субъектом ( $S_2$ ) как реальная, то формула этой многослойной полисубъектной интерпретация выглядит примерно так: [ $S_1$  полагает  $P_1$  реальной, а  $P_2$ , [которую  $S_2$  считает реальной], нереальной].

В языковом механизме имеется целый комплекс разнообразных средств для того, чтобы маркировать «кажущуюся реальность».

См., например, сообщение официального представителя МИД Республики Казахстан: *«По официальным каналам мы никогда не получали данные о том, что итальянская сторона рассматривает наши отношения в каком-то другом ключе. Сообщения в прессе о якобы имевших место заявлениях некоторых политиков, дававших негативную оценку деятельности посла Казахстана в Италии и казахстанско-итальянским отношениям, в целом, вызывают у нас, как минимум, удивление»* [Tengrinews.kz].  $P_1$  («по официальным каналам мы никогда не получали данные о том, что итальянская сторона рассматривает наши отношения в каком-то другом ключе») представляется говорящим реальной, достоверной, а  $P_2$  («некоторые итальянские политики давали негативную оценку деятельности посла Казахстана в Италии и казахстанско-итальянским отношениям») – нереальной, недостоверной. Частица *якобы* однозначно маркирует ситуацию с заявлениями ряда итальянских политиков о действиях посла Казахстана как не соответствующую действительности, представляя ее массовому читателю в качестве кажущейся реальности. Этот маркер вносит еще и импликацию намеренной недостоверности или даже злонамеренности интерпретации  $S_2$  – «кто-то намеренно представлял недостоверный факт как реальный, имевший место».

Рассмотрим далее: *«Пару лет назад Госдеп США объявил, что выводит из официального оборота, в том числе до-*

кументации, термины "отец" и "мать". И причиной прикрылись **вроде как** *благой* – *мол*, юные американцы, те, что живут с однополыми родителями, не должны чувствовать ущемления только потому, что у них "два папы" или две "мамы"» [Tengrinews.kz].

Частица *вроде как* также дает понять читателям о том, что сказанное далее – это всего лишь «то, что вам хотят представить», а не «то, что есть на самом деле». Семантика неполного подобия в слове *вроде* в этом контексте практически нивелируется, возможно, вследствие добавления *как*, ср. два употребления: *И причиной прикрылись вроде как благой* – *И причиной прикрылись вроде благой*. Здесь, в отличие от первого примера, отсутствует импликатура намеренной недостоверности, что в целом смягчает манипулятивный прием указания на кажущуюся реальность. Еще один маркер – слово *мол* используется как указание на чужое мнение, что вполне соответствует его общеязыковой функции, но в политическом дискурсе оно также вносит в содержание высказывания модус сомнения, передающий отношение говорящего к пересказываемым словам как к сомнительному, «несерьезному» мнению, которому не стоит доверять.

Аналогичную прагматическую функцию передачи чужих слов как мнения, которое не заслуживает доверия, выполняет в политическом дискурсе и слово *дескать*.

В рамках указанного манипулятивного способа применяется еще один языковой прием, основанный на усилении эффекта реальности интерпретируемой ситуации. Акцент в этом приеме делается на первый член оппозиции – «достоверность», «объективность», а не на «недостоверность», «необъективность», как в предыдущем приеме. В дискурсе четко эксплицируется и подчеркивается с помощью различных языковых средств достоверный и объективный характер предлагаемой массам информации. Например, с помощью наречия *дословно* цитируемое мнение представляется неискаженным, соответствующим действительно высказанному суждению источника – лица, государственного органа, политической организации, что повышает доверие к информации: «*Передаем дословно разъяснения Госдепартамента американскому народу: "Эти улучшения сделаны в знак признания различных типов семьи"*» [Tengrinews.kz].

Иногда желание журналистов использовать манипулятивную силу этого лексического средства для подтверждения достоверности своей информации настолько велико, что приводит к казусному или ошибочному его употреблению. См., например: «Кризис не миновал, но страна уже не похожа на Грецию, какой она была еще год назад, – **дословно заявил** на днях своему уважаемому собеседнику Жану-Клоду Юнкеру премьер-министр Антонис Самарас. – *Произошел поворот в восприятии страны в мире*» [Tengrinews.kz]. Как видим, здесь лексема *дословно* характеризует не способ передачи журналистом высказывания чужого лица, а способ выражения мнения этого лица – *дословно заявил*, т.е. *заявил словами* (как будто можно заявлять по-другому).

Выражение *на самом деле* используется для эксплицитного противопоставления кажущейся и действительной реальности (см. об этом: [Булыгина, Шмелев 1997:]). Например: «*Мы здесь, чтобы увидеть госпожу Шалабаеву и ее дочь, о которых очень много говорилось в Италии. И хотели бы посмотреть лично, как они себя чувствуют, и узнать от них напрямую, что же произошло на самом деле*, – прокомментировал визит один из итальянских депутатов» [Tengrinews.kz]. Сочетание *на самом деле* маркирует здесь действительное положение дел, о котором хотят узнать итальянские депутаты. Информация о ситуации с госпожой Шалабаевой и ее дочерью, представленная в итальянских СМИ, не вызвала у них доверия. В тексте эксплицируются способы получения реальной, достоверной информации: *лично*, т.е. самим субъектом, и *напрямую*, т.е. непосредственно от действующих лиц, а не из других источников. См. об этом далее по тексту новостей: «*На сегодняшний момент мы располагаем лишь той информацией (о депортации жены Аблязова в Казахстан из Италии – Прим. Tengrinews.kz), которая представлена нам нашим правительством. Для нас очень важно услышать от самой госпожи Шалабаевой, в какой ситуации она находится*», – *заявил другой парламентарий*».

Чрезвычайно интересным с прагматической точки зрения выглядит использование в различных политических контекстах местоимения *сам*. Как показывает фактический материал, поставленное в препозицию высказывания или абзаца местоимение берет на себя функцию маркера ситуации, которая противопоставляется положению дел, описанному перед этим. Обе ситуации событийно связаны между собой, носят, на взгляд говорящего, достоверный

характер, соответствуют действительности, но вторая ситуация с ее действующими лицами, маркированная местоимением *сам*, представляется либо в негативном оценочном ракурсе (пример 1), либо несет скрытые негативные интенции, например, обвинения (пример 2) или оправдания (пример 3).

См. далее примеры:

1) *«В феврале 2012 года Высокий суд Лондона приговорил бывшего председателя правления БТА банка к 22 месяцам заключения за неуважение к суду. Тогда **сам** бывший банкир в суд не прибыл»* [Tengrinews.kz].

2) *«Напомним, супруга и несовершеннолетняя дочь Мухтара Аблязова были задержаны в Риме в конце мая, а затем депортированы в Казахстан. Сейчас они находятся у родственников в Алматы.*

*Позже МВД Италии аннулировало решение о депортации. В связи с делом Шалабаевой на Аппенинах разгорелся скандал, две итальянские политические партии заявили о нарушениях в ходе проведения процедуры депортации и поставили в национальном парламенте страны вопрос о недоверии вице-премьеру, главе МВД Италии Анджелино Альфано.*

***Сам** Мухтар Аблязов, обвиняемый в Казахстане в хищении из БТА Банка свыше шести миллиардов долларов, на днях был арестован во Франции по запросу Украины, которая требует его экстрадиции»* [Tengrinews.kz].

3) *«В настоящее время по инициативе премьер-министра Энрико Летта идет расследование обстоятельств этого дела. История с депортацией Шалабаевой уже несколько дней не сходит с первых полос итальянских газет. По данным СМИ, в скандале фигурирует сразу несколько влиятельных итальянских чиновников.*

***Сама** Алма Шалабаева и ее дочь сейчас проживают с родителями в Алматы. Супруга Аблязова не находится в заключении или под домашним арестом. Вместе с тем, она является фигурантом отдельного дела о незаконной выдаче казахстанских паспортов родственникам ее мужа»* [Tengrinews.kz].

Как можно заметить, структура текста четко членится на две части: в первой идет изложение определенного реального положения дел, вторая часть начинается с анафорического местоимения *сам* и описывает другую, связанную с первой ситуацию. Негативная оценка второй ситуации или негативные интенции явно не вы-

ражены, имплицитны, но тем не менее достаточно четко прочитываются читателями в имплицатурах. Благодаря этому противопоставлению, первая ситуация приобретает в глазах людей статус положительной либо, как минимум, нейтральной, объективной. Таким образом, использование всего лишь одного слова с нулевым денотативным значением, но с широкими прагматическими возможностями заставляет массового читателя воспринимать одну информацию негативно, а другую – позитивно.

Итак, в качестве наиболее универсальной манипулятивной технологии, которая широко и активно используется сегодня в казахстанском русскоязычном политическом дискурсе, выступают манипуляции с реальным или мнимым характером информации, которые позволяют дезориентировать массы, внушать им необходимые государству, политическим партиям, отдельным политикам предательства и установки. В языковом потенциале содержится множество разнообразных средств и возможностей для воплощения манипулятивных техник и приемов. Их исследование позволяет, на наш взгляд, снизить эффективность применяемых в СМИ способов и приемов языкового манипулирования, поскольку осведомленная о них аудитория, знакомая с техникой манипулятивного воздействия, более устойчива к их действию и, соответственно, более защищена, даже в случае их комплексного массированного применения.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Бульгина Т. В., Шмелев А. Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). М.: Языки русской культуры, 1997.

Доценко Е. Л. Психология манипуляции. М., 1996.

Кара-Мурза С. Г. Манипуляция познанием. М., 2000.

Политология: Энциклопедический словарь / Общ. ред. и сост.: Ю.И. Аверьянов. М.: Моск. коммерч. ун-т, 1993.

Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Темиргазина Зифа Какбаевна*

*Место работы и должность: Павлодарский государственный педагогический институт, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и литературы*

*E-mail: zifakakbaevna@mail.ru*

**А. А. Упоров**

Екатеринбург (Россия)

**ПРАВИТЕЛЬСТВЕННАЯ  
ПОЗДРАВИТЕЛЬНАЯ ТЕЛЕГРАММА:  
РЕЧЕЖАНРОВЫЕ И ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ**

Поздравление входит в группу этикетных речевых жанров так же, как благодарность, извинение или соболезнование. Т. В. Тарасенко называет три основания для выделения перечисленных этикетных речевых жанров в особую группу: 1) они представляют собой реакцию на событие, в отличие от этикетных жанров-событий (приветствие, прощание, объявление); 2) представляют собой реакцию на событие с перфектной перспективой, в отличие от этикетных жанров-реакций с футуральной перспективой (просьба, предложение, приглашение, отказ, согласие, угроза); 3) воплощаются глаголами-перформативами [Тарасенко 2007: 195].

Особый случай реализации жанра поздравления представляет собой правительственная телеграмма. Адресатом такого послания выступает выдающаяся личность, чья деятельность оказала существенное влияние на общественную, научную, культурную жизнь страны. Адресантом же является высокопоставленный чиновник, выражающий не только и не столько своё личное отношение к адресату, сколько транслирующий официальную государственную позицию по данному поводу.

Рассмотрим официальные поздравительные телеграммы Президента Российской Федерации, полный текст которых доступен на сайте [kremlin.ru](http://kremlin.ru) в разделе «Телеграммы». Факт публикации телеграмм на сайте, между прочим, существенно меняет статус послания, которое оказывается адресованным не только отдельно взятому человеку, но и всему социуму в целом.

Телеграммы-поздравления Президента РФ с точки зрения их адресации подразделяются на два типа: коллективные и индивидуальные.

Коллективные поздравления направляются в связи с датами и событиями, значимыми для группы людей: профессиональными праздниками (например, работникам и ветеранам железнодорожного транспорта – 4 авг. 2013 г.), религиозными праздниками (рос-

сийским мусульманам – 8 августа 2013 г.), юбилеем отдельной организации или предприятия (коллективу и ветеранам ОАО «Уральский завод тяжёлого машиностроения» – 26 июля 2013 г.) и др.

Индивидуальные правительственные поздравления адресуются спортсменам, выигравшим медали на важных соревнованиях (например, Евгению Кузнецову, победителю XXVII Всемирной летней универсиады 2013 года в Казани в соревнованиях по прыжкам в воду с трамплина 3 метра – 8 июля 2013 года), лидерам иностранных государств в связи с зарубежными государственными праздниками (Франсуа Олланду – 14 июля 2013 г. – поздравление с Днём взятия Бастилии) и т.п.

Обособленными в жанровом отношении оказываются индивидуальные поздравления выдающихся отечественных деятелей науки, культуры, общественной жизни и т.п. с юбилеями, т.к. в тексте такого послания должны быть раскрыты исключительность и значимость личности поздравляемого.

В.В. Кашпур считает, что «тематическими блоками, организующими текст жанра поздравления, являются “поздравление”, “признание” и “пожелание”» [Кашпур 2007: 11-15].

Добавим к элементам, выделенным В.В. Кашпур, обязательные рамочные элементы, получим, что правительственное поздравление состоит из пяти структурных элементов (на примере телеграммы, адресованной А.В. Мягкову 8 июля 2013 г.):

- 1) обращение («*Уважаемый Андрей Васильевич!*»);
- 2) собственно поздравление («*Примите поздравления с 75-летним юбилеем*»);
- 3) «признание» (описание-характеристика личности и достижений адресата) («*И в кино, и на театральной сцене Вы добились большого, настоящего успеха, покорили зрителей щедрым и самобытным талантом, высочайшим классом актёрского мастерства, разнообразием блистательно сыгранных ролей. Ваше яркое, многогранное творчество – это, без преувеличения, “золотой фонд” отечественного искусства*»);
- 4) пожелание («*От души желаю Вам доброго здоровья, благополучия и хорошего настроения*»);
- 5) подпись адресата («*В. Путин*»).

В этой структуре пространство для развития представления об исключительности адресата находится в части «признание/описание-характеристика личности и достижений адресата».

Давая общую положительную оценку личности адресата и его достижениям, адресант должен подчеркнуть исключительность проявления профессиональных качеств адресата. Так, ключевым словосочетанием в поздравлении А.В. Мягкова следует считать сочетание «самобытный талант», т.к. лексическое значение прилагательного самобытный ('отличающийся своеобразием, оригинальный') подчёркивает исключительность дарования Мягкова, наличие у него собственного актёрского почерка, что является одной из основных ценностей для человека, занимающегося искусством.

Врождённый талант развивается при правильном с ним обращении в «мастерство», в лексическом значении которого ('высокое искусство в какой-нибудь области') семантика исключительности содержится на уровне дифференциальной семы.

Обозначенная семантика исключительности в поздравлении А. В. Мягкова поддерживается и другими средствами: словообразовательными (суперлатив «высочайший») и фразеологическими (фразеологическое сочетание «войти в “золотой фонд” искусства»).

Ряды однородных членов, содержащих семантический компонент «исключительность», могут иметь разное количество членов, однако создаваемый ими эффект остаётся неизменным и называется «блистательной неопределённостью». Композиционный элемент «признание» в тексте официального поздравления складывается на основе стереотипов, смысл которых не вполне ясен, но вызывает положительные эмоции. Таким образом, текст правительственной телеграммы предполагает не анализ достижений адресата, а скорее эмоционально-оценочное послание, подтекст которого очевиден и конкретному адресату, и широкой публике.

Анализ текстов телеграмм позволил выявить наличие определённых закономерностей в устройстве композиционного элемента «признание». Как правило, «признание» имеет двухчастную смысловую структуру: 1) исключительность адресата как гражданина России; 2) исключительность адресата как личности.

Следовательно, поздравительная правительственная телеграмма может быть важным источником сведений о ценностях, которые поддерживаются официальной властью. Исключительность адресата правительственной телеграммы связывается с его гражданскими качествами, а именно с представлением о том, что деятельность поздравляемого служит на благо России: «...твёрдая

*реши́мость быть полезным делу и Оте́честву снискали вам заслуженный авторитет и уважение»* (А.А. Волкову, летчику-космонавту СССР, Герою Советского Союза, 27 мая 2013 г.). Анализ телеграмм 2013 года позволяет выявить следующие положительно оцениваемые качества, подчёркнутые в большинстве посланий: верность гражданскому долгу, уважение традиций, преданность любимому делу и др. Оценка гражданских качеств адресата является обязательным компонентом содержания телеграммы.

Описание исключительности адресата телеграммы как личности в рамках композиционного элемента «признание» также связано с некоторыми закономерностями (профессиональным, гендерным и т.п.). Например, женщине в тексте поздравления, как правило, делается комплимент, подчёркивающий её красоту (*«Позвольте ... выразить восхищение Вашей удивительной красотой...»*) – Э. Быстрицкой, 4 апреля 2013 г.).

Жанр правительственного поздравления как жанр официальной письменной речи подчиняется жёстким композиционно-стилистическим правилам, следование которым приводит, с одной стороны, к угасанию семантики оценочных слов, включённых в текст послания, с другой стороны – к нарастанию эмоционального воздействия этих слов. Телеграмма, составленная в духе «блистательной неопределённости», является актом поддержки сочувствующих власти деятелей науки, культуры, искусства и публичным заявлениям о поддерживаемых на государственном уровне ценностях национальной культуры.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Кашпур В. В. Жанр «поздравление» русском политическом дискурсе: к проблеме лингвокогнитивного моделирования // Вестник Томского государственного университета. 2007. №305. с. 11-15.

Тарасенко Т. В. Поздравление // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. – М.: Лабиринт, 2007.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Упоров Артём Андреевич*

*Место работы и должность: Уральский федеральный университет, аспирант кафедры современного русского языка*

*E-mail: uartyom@yandex.ru*

**Г. А. Хамитова**  
Павлодар (Казахстан)

## **ОБРАЗ КАЗАХСТАНА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ (ПО МАТЕРИАЛАМ АМЕРИКАНСКИХ ГАЗЕТ)**

Изучение представлений об образе той или иной страны сводится к изучению сложившихся стереотипов о ней. Трудность исследования образа Казахстана в СМИ США заключается в том, что в американском массовом сознании не утвердился устойчивый образ Казахстана, как скажем, в примере с Россией [Чудинов 2001; Пшенкин 2006]. Тем интереснее узнать представления современных носителей американского варианта английского языка о нашей стране.

Очевидно, что средства массовой информации играют важную роль в формировании и эволюции общественного сознания. Более того, восприятие и интерпретация важнейших явлений и событий в мире осуществляется через них и с их помощью. Следует подчеркнуть, что особенностью средств СМИ является их способность прямо обратиться к общественности, минуя такие традиционные институты общества, как школа, семья, церковь, политические организации. Именно поэтому важно понимать то, что взаимоотношения между государствами в настоящее время во многом зависят от восприятия той или иной страны ее партнерами, и для эффективного сотрудничества необходимо уметь формировать положительный образ государства и жителей этого государства. Кроме того, важно показать, что, формируя у собственного населения позитивный либо негативный образ того или иного государства, средства массовой информации являются мощным идеологическим оружием. Поэтому для рядового гражданина важен плюрализм и непредвзятость представления образов тех или иных государств и народов [Марущак 2012].

Нами была предпринята попытка смоделировать образ Казахстана в представлении американцев. Для реконструкции этого образа был использован фреймовый подход, один из способов изучения когнитивной картины мира носителей американского варианта английского языка.

Благодаря иерархической структуре фрейма: (темы) и слотов или терминалов, нам удалось описать образ Казахстана глазами американцев. На материале американской прессы (материалы газетных статей из авторитетных американских источников *The Washington Post*, *The New York Times*, *The Washington Times*, *The Miami Herald* за период с 2009 по 2013 годы), нами были выделены следующие фреймы: фрейм «Президент Казахстана», состоящий из слотов «Выборы Президента», «Заслуги Президента в ядерное разоружение»; фрейм «Экономика и политика Казахстана», состоящий из слотов «Нефтегазовые месторождения», «Великий Шелковый путь»; фрейм «Связь Казахстана и России», состоящий из слотов «Байконур», «Постсоветская Центральная Азия»; фрейм «Культура и история Казахстана», состоящий из слотов «Фильм «Борат», «Колыбель цивилизации», «Астана»; фрейм «Спорт», состоящий из слота «Олимпиада в Лондоне 2012».

В материалах газетных статей наиболее часто упоминается имя Президента страны Н.Назарбаева, в том числе в связи с прошедшими выборами Президента Казахстана. В статьях американских журналистов есть ссылки на схожесть нынешних выборов в Казахстане с выборами во времена Советского Союза, касающиеся в основном, процента участвовавших в выборах и процента проголосовавших за действующего Президента. Зарубежными экспертами, журналистами выборы Президента Казахстана признаются легитимными, хотя и с определенной долей сомнения и скептицизма. Так, признавая легитимность прошедших выборов, автор статьи критикует низкий уровень конкуренции на выборах. *The Organization for Security and Cooperation in Europe criticized the feebleness of competition in the election while acknowledging that the polling was properly run* (The Washington Post, April 4, 2011).

Автор пишет, что во многом выборы несут в себе настроение народа. Западные дипломаты оценивают поддержку Назарбаева на 90%. Казахстанский народ отдает ему должное в том, что Президент держит страну защищенной от смятений и беспорядков, которые происходят в других странах Центральной Азии, таких как Узбекистан и Киргизстан. *In many ways, the election captures the mood of the country. Western diplomats gauge Nazarbayev's support at 90 percent. Kazakh credit him with keeping their country protected from the turmoil that has roiled other Central Asian*

*nations such as Uzbekistan and Kyrgyzstan* (The Washington Post, April 4, 2011).

Не вызывает сомнения заслуги Президента Н.Назарбаева в деле международной борьбы за ядерное разоружение. Признается роль Президента Н. Назарбаева в его усилиях по разоружению, по урегулированию в вопросах, связанных с ядерным оружием.

Известно, что Казахстан зарекомендовал себя как государство, богатое природными ресурсами, привлекательное для зарубежных инвесторов. Фрейм «Экономика и политика Казахстана» описывает роль природных ресурсов, таких как нефть, уран в экономическом развитии страны. *Oil has accounted for rapid economic growth in the last decade. Kazakhstan is also the world's largest producer of uranium* (The New York Times, January 30, 2012). Отмечается также, что Н.Назарбаев установил хорошие отношения с соседями, Россией и Китаем, при этом сохраняя дружеские отношения с США. *Nazarbayev has also worked at good relations with his neighbors, Russia and China, while staying friendly with the United States* (The New York Times, January 30, 2012).

Фрейм «Связь Казахстана и России», состоящий из слотов «Байконур», «Постсоветская Центральная Азия» содержит информацию о тесной связи Казахстана и России, о проблемах, возникающих в связи с арендой космодрома Россией, об экономических и криминальных проблемах города. Довольно часто встречаются ссылки Казахстана как на бывшую советскую республику.

Внимание американских журналистов приковано к интеграционным процессам, происходящим между Казахстаном, Россией и другими странами постсоветского пространства. Так, в статье *Russia: 3 Countries Join Eurasian Union* говорится о подписании Президентами России, Беларуси и Казахстана соглашения, нацеленные на упрочение экономической интеграции, шаг к тому, что Москва надеется, можно будет назвать Евразийским Союзом, сцепляющим бывшие советские страны. *The presidents of Russia, Belarus and Kazakhstan signed agreements on Friday aimed at tightening economic integration; a step toward what Moscow hopes will be a Eurasian Union linking former Soviet states* (The New York Times, November 18, 2011).

Образ Байконура не выглядит особо привлекательным в общем контексте образа Казахстана. Американские журналисты пишут о территориальной принадлежности Байконура к Казахстану, отмечая фактическую принадлежность его к России. Американские

журналисты напоминают своим читателям, что Байконур был построен во времена коммунистического правления, и принадлежал Советскому Союзу, и что Россия платит Казахстану 115 миллионов долларов в год за использование космодрома Байконур, построенного во времена Советского Союза, в соответствии с соглашением, срок действия которого истекает в 2050 году. *Russia pays Kazakhstan \$115 million annually for use of the Soviet-built Baikonur cosmodrome under an arrangement set to expire in 2050* (The Washington Times, 10 December, 2012). Показано также стремление государств решать проблемы Байконура сообща, так как экономические проблемы, политические ситуации повлияли на состояние города и качество жизни его горожан.

Фрейм «Культура и история Казахстана» состоит из слотов «Фильм «Борат», «Колыбель цивилизации», «Астана».

Образ Казахстана, вернее упоминание страны вызывает в сознании американцев фильм британского комика Саши Барон Коэна «Борат: культурные исследования Америки во благо славного народа Казахстана». После его просмотра американцы стали намного больше интересоваться нашей страной, что и послужило возрастанию числа туристов в Казахстан. Американский журналист Эрик Хайнрих пишет: *When most Americans think of Kazakhstan, they probably think of Sacha Baron Cohen's character Borat, a clueless Kazakh TV personality from the film of the same name. (Borat, who does not have Asian features, more closely resembles an Uzbek or Tajik in appearance.) In fact, Kazakhs are nothing like that. Even beyond the language barrier, they're often hard to read, perhaps because this country of 15 million has a complex and at times painful history* (The Miami Herald, August, 2012). Когда большинство американцев думают о Казахстане, они наверно думают о персонаже Саши Барон Коэна Борате, невежественном телеведущем из фильма с таким же названием. (Борат, у которого абсолютно нет никаких азиатских признаков, больше напоминает узбека или таджика.) В действительности казахи абсолютно не такие. Даже помимо языкового барьера, их часто трудно раскусить, возможно потому, что эта страна с населением в 15 миллионов человек имеет сложную, а порой и тяжелую историю.

Деятели казахстанской культуры, в частности, работники студии Казахфильм делают все, чтобы о Казахстане узнавали по его фильмам о степи, кочевниках, богатой истории и достижениях современного Казахстана. Интерес у американцев вызывают

история кочевников, которую они называют «уникальной», лошади, занимающие особое место в культуре казахов [The New York Times, January 30, 2012].

Сегодня образ Казахстана стал связываться в сознании современных американцев с молодой столицей Казахстана, Астаной. Журналистами отмечаются как достопримечательности столицы, так и холодный климат [The New York Times, March, 27 2012].

Фрейм «Спорт», состоящий из слота «Олимпиада в Лондоне 2012» содержит информацию о спортсменах, приносящих мировую славу своей стране. Среди них известный велогонщик Александр Винокуров, молодой боксер Данияр Елеусинов [The New York Times, July, 31 2012].

У американского читателя газетных статьей может сложиться следующий образ Казахстана: страна с большими запасами полезных ископаемых, а именно нефти, один из крупнейших в мире производителей урана, закрывшая ядерный полигон, отказавшаяся от ядерного оружия, сохраняющая мир и спокойствие в своей стране, имеющая хорошие политические и экономические отношения с США, Россией и Китаем, развивающая свою культуру, уделяющая внимание спорту. Складывающийся образ Казахстана скорее положительный, чем отрицательный.

Сложившийся образ Казахстана не является застывшим. Этот образ страны еще формируется и, надеемся, он будет в большей степени положительный.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Пшенкин А. А. Метафорический образ СССР / России в американском и российском политическом дискурсе // Политическая лингвистика. №20. 2006.

Марущак А. В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве // Журналистский ежегодник. № 1. 2012. С. 93-96.

Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000). Екатеринбург, 2001. 238 с.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Хамитова Гульмира Абуовна*

*Место работы и должность: Инновационный Евразийский университет, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики иностранных языков и перевода*

*E-mail: gkhamitova@mail.ru*

**Л. В. Христолюбова**  
Екатеринбург (Россия)

## **РЕЧЕВЫЕ СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ В РУССКОМ ГОМИЛЕТИЧЕСКОМ КРАСНОРЕЧИИ**

Религиозный стиль как разновидность современного русского литературного языка стал рассматриваться сравнительно недавно – на рубеже XX и XXI веков. Это связано, прежде всего, с причинами экстралингвистического порядка: современная православная духовная речь долго оставалась за пределами научного изучения. Идея о необходимости выделения и описания религиозно-проповеднического стиля как одного из функциональных стилей русского литературного языка принадлежит Л. П. Крысину.

Церковно-религиозный стиль речи при всей своей нарастающей социальной значимости изучен недостаточно как в жанровом, так и в риторическом аспекте, между тем важно более детально исследовать систему приемов и языковых средств, используемых для речевого воздействия в разных жанрах гомилетического красноречия, в том числе и в жанре духовной беседы. Среди лингвистических исследований церковно-религиозного стиля немного работ, где обращаются непосредственно к *гомилетике* – дисциплине, находящейся с риторикой в отношении близкого родства, которую определяют как «учение о христианском церковном проповедничестве».

Гомилетика [от греч. *ὁμιλία* – беседа, общение, собрание и лат. *ethica* – учение о нравственности], наука о церковной проповеди, в систематическом порядке излагающая учение о данном виде пастырского служения. Гомилетическое красноречие иногда называют церковно-богословским или духовным красноречием, поскольку оно связано с изложением и разработкой религиозных тем. Однако эпитет «духовный» в сочетании со словом «красноречие» в большей степени отражает содержательную сторону явления: этими словами обозначается словесное искусство в русской церковной традиции. В России этот род красноречия со времени принятия христианства в 988 году был наиболее разработанным по жанрам и формам отделки высокого стиля. К жанрам духовного красноречия относятся книги Священного Писания, ветхозаветные

и новозаветные книги русской Библии, Псалтырь (книга Хвалений), Евангелие, поучения, проповеди, приветственные слова священнослужителей, жития святых, молитвы и т. д.

Главным предметом гомилетики является проповедническая деятельность, проповедничество как одна из функций Церкви Христовой. Церковная проповедь входит в область изучения двух гомилетических дисциплин: теории и истории проповедничества. Первая исследует онтологические, этические и методические основы проповедничества. Вторая занимается анализом содержания и формы проповеднических образцов в исторической последовательности их возникновения, а также рассматривает личность автора изучаемой проповеди [Аверкий (Таушев) 2001: 44]. Гомилетика непосредственно связана с другими богословскими науками.

Гомилией (омилией) или беседой называется первая, самая древняя форма церковной проповеди. Это наименование выражает внешний и внутренний характер церковной проповеди, которая в апостольский век была изложением основных истин христианской веры. Именно в гомилетике выделяются разные формы проповеди: *беседа, поучение, слово, речь*. С нашей точки зрения, их можно рассматривать как жанры. Гомилия, или *изъяснительная беседа*, ставит своей задачей изъяснение Священного Писания. *Слово* берет свое содержание из идеи церковного года. Катехизическое *поучение* излагает элементарные уроки Веры, нравоучения и богослужения. Исходным моментом для *речи* обычно являются обстоятельства или случаи из области церковной или общественной жизни. Выделяют также проповедь, называемую публицистической, она отвечает на вопросы современности и исходной точкой для себя имеет современные воззрения, модные веяния и болезни века [Там же].

Православная проповедь является особым жанром гомилетики, обусловленным рядом экстралингвистических факторов: ограниченностью во времени и соответственно ограниченностью в объеме; одновременно логическим и экспрессивным характером изложения и восприятия материала; наличием конкретного и абстрактного адресата. Доминирующими особенностями жанра православной проповеди являются внутренняя диалогизация монологической речи проповедника, ее экспрессивность, лексические и развернутые вариативные повторы [Шабанова 2006].

Проповеднику (адресанту, выступающему) необходимо владеть богатым арсеналом средств речевого воздействия. Прежде всего, здесь рассматривается речевое воздействие в широком смысле – это воздействие на сознание и поведение слушающих, осуществляемое разнообразными речевыми средствами. В узком смысле, под речевым воздействием понимают использование различных знаковых систем с целью построения сообщений, обладающих повышенной способностью воздействия на сознание и поведение адресата или адресатов сообщения.

Поскольку предметом нашего исследования является «духовная беседа», на этом понятии остановимся подробнее. В гомилетике беседа («гомилия»), с одной стороны, обозначает простоту, безыскусственность, общепонятность, а с другой – полную искренность, сердечность, задушевность речи проповедника. С точки зрения исследователей, функция подобных бесед двойная: во-первых, религиозное просвещение, без которого современные православные не представляют себе духовного роста, во-вторых, установление определенной эмоционально-нравственной атмосферы, главное, чего добивается ведущий беседу в большинстве случаев [Тарабукина 2000]. Характер изъяснительной беседы за тысячелетия изменился. Материалом для бесед могут служить сейчас не только тексты Священного Писания, богослужебные тексты, составные части катехизиса. Беседа может иметь несколько тем. Связь между темами беседы должна быть и логическая, и внутренняя, осуществляемая какой-либо общей идеей.

Материалом нашего исследования стали тексты духовных бесед архимандрита Софрония Сахарова о монашестве (6 бесед). Всеобъемлющий характер творческого наследия Софрония Сахарова (1896—1993) во многом определяется богатством его духовного и жизненного опыта. Духовные беседы отца Софрония – магнитофонные записи бесед, на которые старец собирал братию и гостей Свято-Иоанно-Предтечского монастыря в Эссаксе с 1989 по 1993 год (Великобритания) каждое воскресенье после литургии. Старец всегда пытался донести Святоотеческое предание до сознания современного человека, поэтому в его богословском языке так много идей, выходящих за пределы «классического» богословия. Он вобрал в себя богатое наследие мировой и особенно русской философии, литературы, поэзии, искусства.

Языковое воплощение церковно-религиозных проповедей во многом обусловлено их тематикой, содержанием, коммуникативными целями, а также образами автора и адресата. По мнению многих исследователей, лексика церковно-религиозных проповедей представлена не только общеупотребительной, но и книжной лексикой, в основном церковно-религиозной, а также определенной лексикой устной речи.

Лексический уровень языка имеет обширные ресурсы воздействия на сознание. Оценочная лексика, антонимы, фразеологизмы, изобразительно-выразительные средства характерны для бесед отца Софрония и во многом определяют воздействующий потенциал его речи. Адекватное замыслу говорящего употребление слов здесь представляет собой не только достоинство текста беседы, но и необходимое условие информативной ценности текста, убедительности его содержания. Выразительность в этом случае можно определить как совокупность таких качеств речи, которые обеспечивают ее полноценное восприятие адресатом, т. е. восприятие, максимально приближенное к адекватному интенции автора пониманию и переживанию передаваемой информации. Выразительность часто достигается за счет экспрессивности, под которой понимаются такие признаки языковой единицы, при помощи которых говорящий / пишущий выражает свое субъективное отношение к содержанию речи или ее адресату. Изобразительность (способность текста вызывать конкретные представления) и выразительность (способность текста передавать чувства) – неотъемлемые составные части убеждающих высказываний, в нашем случае – духовных бесед.

В духовных беседах Софрония Сахарова положительно оценивается слушающая аудитория, христианское учение, его проповедники. Высокой лексикой оценивается апостольское и святоотеческое учение, монашество, отдельные лица, значимые для Православной Церкви и христианства:

1. *То, чего ждет от нас Господь, **безмерно высоко, безмерно велико.*** 1-1

2. *И по существу мое слово вам есть, конечно, **дерзновение сверхчеловеческое.*** 1-21

3. *...монашеский образ жизни есть **последняя и высшая благодать.*** 1-21

4. *... в состоянии, о котором **великий, гениальный поэт, ученый и аскет** прп. Иоанн Дамаскин говорил... 1- 21*

Оценочная лексика нередко передает негативное отношение отца Софрония к событиям прошлого/настоящего, к своему состоянию, к искаженным понятиям о христианстве:

1. **Испорченная наша натура не дает нам сил последовать примеру Христа.** 1-1

2. **Человек, который вкусил любовь Бога, неизбежно и тяжело страдает в этом мире, где царит ненависть, братоубийство, эгоизм, стремление задавить брата своего, чтобы пообедать пожирнее.**

Много в беседах антонимических противопоставлений, потенциал которых, по мнению многих лингвистов, огромен, т.к. существование, антонимов в языке обусловлено характером восприятия человеком действительности во всей ее противоречивой сложности, в единстве и борьбе противоположностей. Современная функциональная лексикология рассматривает антонимию как сильное средство воздействия.

1. **Начинается монашество с очень маленьких вещей, но кончается тем, что человек молится за всего Адама, как за самого себя.** 1-1

2. **Нет, (мир) не умрет, но будет всеобщее воскресение; и история мира кончится не катастрофой, а радостным торжеством и безболезненным переходом в бессмертную жизнь.** 1-1

Достаточно часто в беседах используются фразеологизмы, которые представляют большой стилистический пласт с яркой эмоционально-экспрессивной окраской, обусловленных их образностью и использованием в них выразительных языковых средств.

1. **...Русская Церковь может **восстать из пепла** в большем величии духовном...** 1 – 1

2. **...не потому что я претендую на высшее меня, нет, но потому что мне представляется необходимым иметь **путеводящую звезду**, чтобы проверить себя – на верном ли я пути.** 1-8

Изобразительно-выразительные средства выполняют в речевых жанрах определенную функцию – с их помощью дается оценка тому или иному факту, явлению, событию, выражается отношение автора к изображаемому. Обращение к текстам духовной проповеди конца XX – начала XXI в., как отмечают многие исследователи церковно-религиозного стиля (О.А. Крылова,

И.В.Бугаева, Л.М.Майданова, О.А.Прохватилова и др.), позволяет обнаружить, что в них представлены разнообразные выразительные средства: метафоры, эпитеты, сравнения, инверсии, антитезы, различные виды лексических повторов, синтаксический параллелизм. Мы не будем подробно останавливаться на определении (достаточно спорных и не имеющих однозначного определения в лингвистике) понятий «троп», «стилистическая (риторическая) фигура», «стилистический прием» и т.п. Выделим только те изобразительно-выразительные языковые средства, которые наиболее характерны для духовных бесед Софрония Сахарова.

Метафора – это троп, предполагающий замену одного означающего другим означающим на том основании, что соответствующие означаемые похожи по какому-либо признаку. В метафоре отмечается реальное сходство предметов, подсказывается новый взгляд на предмет.

1. *Более полувек и на Афоне, и на Западе я молился с глубоким плачем о спасении русской Церкви...1 -1*

2. *Как всегда, предо мною безмерный океан открывающегося нам Бога!*

3. *И если так верить: «все, что имеет Бог, будет наше», темная страсть зависти не найдет места в нас. 2-1*

4. *И все наследники Адама понесли уже не то изначальное, каким был создан Адам, а жили с этим ядом преступления против любви Отчей. 2 -6*

Употребление метафоры в проповедях – частотный прием убеждения. В духовных беседах отца Софрония в целях более сильного воздействия может использоваться не одна метафора, а целый комплекс однотипных метафорических употреблений – развернутая метафора.

Как стилистический прием речевого воздействия часто в беседах используется сравнение. В беседах отца Софрония сравнения имеют индивидуально-авторский характер и выражают высокую степень эмоциональной оценки действительности.

1. *И опять, и опять, в борьбе со страстью наш ум будет падать, цепляясь, как треножник, где-то за землю. Но придет время, когда и мы, из-за нашего напряжения жить по заповеди Божией, разоведемся и станем чуткими, как Ангелы. 1 – 21*

2. *И молитва ваша вошла в меня, как вулкан, и остановить ее было невозможно. 2 -1*

3. *В миру страдания – как распятие – могут удерживать людей в молитве.* 2-1

4. *Божественная жизнь невозможна, если человек построен, как компьютер, то есть, иначе говоря, «детерминированный».* 2-6

5. *Так раньше все боялись этого имени «Сибирь». Теперь это стало почетным местом – это все равно что Оксфорд.* 2-6

Нередко в своей речи отец Софроний использует градацию. Градация в духовных беседах служит сильным стилистическим средством, позволяющим выявить противопоставленные друг другу компоненты в значении общего для них смысла.

1. *Нося в душе своей годами, изо дня в день, из часа в час, эту мысль, мы понемногу приготавливаем себя к способности действительно воспринять в ее подлинном бытии заповедь Христа.* 1 – 1

2. *Пусть всякий храм, всякий монастырь, всякая школа, – все возвращаемое ныне государством Церкви присоединяется к всероссийскому стаду, ведомому ныне патриархом Алексием, и объединяется вокруг него.*

3. *В книге о старце Силуане я пишу о том, что заповедь Христа (о любви) придает всем другим заповедям характер абсолютный, вечный и беспредельный.* 2 – 1

Частотным выразительным средством в беседах отца Софрония является антитеза – стилистическая фигура, построенная по принципу контраста, резкого противопоставления понятий, положений, образов, состояний. Нередко она сопровождается синтаксическим параллелизмом.

1. *Я не хочу быть оригинальным. Я хочу следовать примеру бесспорных святых, представителей нашего учения.* 1-8

2. *Это не есть монашеская жизнь – ходить, поднимая брови, раскрыть глаза без смысла, улыбаться и «положить язык на плечо». Нет! Это постоянное напряжение и борьба с врагом; а враг есть ум космических измерений.* 1 – 21

3. *Это (борьба со страстями) не университетский курс четыре-пять лет – это курс на всю жизнь, до конца.* 1- 21

Лексический уровень языка имеет обширные ресурсы воздействия на сознание. Выбор номинативной единицы, ее стилистическая окраска, изобразительно-выразительные средства несут важный речевоздействующий потенциал и способствуют

реализации убеждающего эффекта в духовных беседах – передачи учения и убеждений проповедника своей пастве.

Целям усиления экспрессии и создания эмоционально-оценочной стилистической окраски речи, служат, кроме использования оценочной лексики, тропов и фигур речи (наиболее типичными из которых являются метафоры, эпитеты, повторы, градация, антитеза, инверсия, риторический вопрос), также обширная цитация и приемы усложнения композиции текстов.

Мы не анализировали морфологический и синтаксический языковые уровни в аспекте речевого воздействия, поскольку, с нашей точки зрения, здесь подтверждается мнение многих исследователей церковно-религиозного стиля речи. Стилистические возможности морфологии в данном стиле ограничены: выделяются архаичные формы имен существительных, прилагательных, глаголов. В духовных беседах используются синтаксические конструкции, характерные для книжной речи. Преобладают сложные предложения, используются вводные слова, устанавливающие логическую последовательность мысли. Широко употребляются инверсии, характерные для церковно-славянского языка, причастные обороты в функции обособленных определений и деепричастные обороты в функции обстоятельств. Простые предложения осложняются однородными и уточняющими членами. Обязательно привлекаются цитаты из Библии. Своеобразными чертами синтаксиса церковно-религиозных проповедей являются также широкое использование развернутых обращений, которые придают беседам диалогичность. Потенциалом речевого воздействия обладают также такие средства организации текстов, которые выходят за пределы предложения: у отца Софрония в организации текста большое место занимают вопросно-ответные единства. Однако этот вопрос требует отдельного рассмотрения.

К особой стилистической черте бесед отца Софрония можно отнести использование винительного падежа существительных при непереходных глаголах: *я жил свое покаяние перед Богом; жить мир, как Адама; я жил Бога; человек живет любовь и уже не умирает.*

В духовных беседах отца Софрония использование самых разнообразных языковых средств и способов речевого воздействия не только способствует созданию образности, экспрессивности, выразительности речи, но всегда тесно связано с ее содержанием, которое они формируют и воплощают.

## ЛИТЕРАТУРА

Аверкий (Таушев), архиепископ. Руководство по гомилетике. – М.: Православный Свято-Тихоновский Богословский ин-т, 2001. 144 с.

Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. – М.: Флинта: Наука, 2007. 840 с.

Листвин Д. А. Коммуникативно-прагматические принципы гомилетики в теории риторики. Дис. ... канд. филол. наук. Тверь. 2006. 210 с.

Софроний (Сахаров), архимандрит. Духовные беседы. В 2-х томах. Свято-Иоанно-Предтеченский монастырь: Паломник, 2003.

Тарабукина А. В. Фольклор и культура прицерковного круга. Дисс. канд. филол. наук. СПб, 2000.

Шабанова З. Г. Лингвистические средства воздействия православной проповеди: В историческом аспекте. Дис. ... канд. филол. наук. Махачкала, 2006. 165 с.

### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Христоробова Людмила Викторовна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, кандидат филологических наук, доцент*

*E-mail: krop-lyudmila@yandex.ru*

## **Е. Б. Хромова**

Пермь (Россия)

## **ПОНЯТИЕ ПОЛЯ ПОЛИТИКИ В СОЦИОЛОГИИ ПЬЕРА БУРДЬЁ**

Французская социальная мысль внесла значительный вклад в понимание природы процесса коммуникации вообще, и политической коммуникации в частности.

Для исследований П. Бурдьё, виднейшего французского социолога, характерно сочетание приёмов и методов из области антропологии, истории, лингвистики, философии, эстетики, которые он успешно применяет к изучению таких социологических объектов как искусство, наука, религия, спорт, политика. Каждая часть социального пространства получает у автора название «социального поля». Подробно генеалогию понятия поля Бурдьё рассматривает в своей книге «Метод искусства» [Bourdieu 1992]. Хотя определение поля, по мнению Бурдьё, просто и удобно, но как все определения очень несовершенно: поле есть место сил, внутри которого агенты занимают позиции, статистически опре-

деляющие их взгляды на это поле и их практики, направленные либо на сохранение, либо на изменение структуры силовых отношений, производящей это поле [Бурдьё: <http>]. Именно в поле, а не в обществе курсирует информация и коммуникация.

Политический универсум, со всеми своими институтами и партиями, правилами функционирования и агентами, отобранными в соответствии с определенными процедурами (электоральными) и т. д., является автономным миром, микрокосмом, встроенным в социальный макрокосм. Политический микрокосм является своего рода маленьким универсумом, погруженным в законы функционирования большого универсума, который тем не менее наделен относительной автономией внутри этого универсума и подчиняется своим собственным законам, своему собственному *nomos*'у, одним словом своему автономному закону [там же]. Поэтому в работе «Социология политики» автор подходит к анализу политики как особой социальной реальности, изучает социальный механизм формирования политических партий и политических мнений. Он рассматривает *поле политики* как рынок, в котором существуют производство, спрос и предложение продукта особого сорта — политических партий, программ, мнений, позиций. Применяя общую концепцию строения и функционирования социального поля, Пьер Бурдьё последовательно рассматривает специфические принципы распределения в поле политики доминирующих и доминируемых позиций, власти, а также механизмов легитимного насилия и навязывания определенного видения распределения политических сил и деления социального пространства [Шматко 1993: 22]. «Политическая жизнь может быть описана в логике спроса и предложения: политическое поле — это место, где в конкурентной борьбе между втянутыми в неё агентами рождается политическая продукция, проблемы, программы, анализы, комментарии, концепции, события, из которых и должны выбирать обычные граждане, низведённые до положения «потребителей» и тем более рискующие попасть впросак, чем более удалены они от места производства» [Бурдьё 1993: 182].

Поле формирует собственное профессиональное сообщество. В политике экспроприация прав большинства является следствием того, что политические средства производства сконцентрированы в руках профессионалов, владеющих определённым языком и определённой политической риторикой, прошед-

ших своего рода инициацию с обрядами посвящения, которые стремятся привить практическое владение логикой, имманентной политическому полю, и внушить подчинение ценностям, иерархиям и цензурам, свойственным данному полю, и специфической форме, в которую его давление и контроль облакаются внутри каждой партии [Бурдьё 1993: 188]. Профессионалы политической науки имеют в своём распоряжении рациональные техники и готовы с постоянством играть роль, предписанную им структурой политической игры. Бурдьё показывает, что основной ставкой в политической игре являются не только и даже не столько монополия использования объективированных ресурсов политической власти (финансов, права, армии и т. д.), сколько монополия производства и распространения политических представлений и мнений: именно они обладают той «мобилизующей» силой, которая дает жизнь политическим партиям и правящим группировкам [Шматко 1993: 24]. Хотя не все граждане равны по отношению к производству мнения; не все граждане имеют равный доступ к инструментам производства того, что называют мнением. И так, чтобы политический мир мог функционировать как микрокосм, внутри которого профессионалы от политики ведут борьбу за свои собственные ставки и ради своей выгоды, в соответствии с интересами, связанными с их позицией в этой борьбе, необходимо, чтобы доверители были лишены монополии на средства производства мнения.

Совокупность диспозиций, характеризующих возможности и границы действия в поле, получает у Бурдьё название *габитуса*. Это совокупность норм, правил, отношений, представлений, которые человек должен усвоить, обретая принадлежность к тому или иному полю. Занимая это место, он автоматически становится объектом социальных ожиданий с заданными параметрами. Адаптируясь к ожиданиям, он усваивает габитус. Для Бурдьё габитус является не просто «ролью», пассивно или активно усваиваемой индивидом как продукт социализации, но порождающим принципом, формирующим социальную активность индивида.

В одной из своих лекций Бурдьё поднимает вопрос об отношении между *полем политики*, *полем социальных наук* и *полем журналистики*. Поле журналистики по отношению к полю социологии характеризуется высоким уровнем гетерономии. Это очень слабо автономное поле. Но какой бы слабой ни была эта

автономия, невозможно понять все, что происходит в поле, опираясь лишь на знание внешнего контекста: чтобы понять, что происходит в журналистике, недостаточно знать, кто финансирует, кто является рекламодателем, кто платит за рекламу, откуда идут субсидии и т. д. Некоторые события, происходящие в мире журналистики, можно понять, лишь рассматривая этот микрокосм как таковой и стараясь понять воздействия, которые оказывают друг на друга люди, вовлеченные в этот универсум. Примерно то же самое происходит и с полем политики в узком смысле. Маркс писал, что политический универсум, идентифицируемый с миром парламента, представляет собой нечто вроде театра, предлагающего театральное представление социального мира и социальной борьбы, которое не является абсолютно серьезным и реалистичным, потому что истинные ставки и настоящая борьба находятся где-то за сценой. Сравнивая эти три универсума, анализируя отношения между ними, автор приходит к выводу, что их объединяет претензия на навязывание легитимного видения социального мира, все они представляют собой место внутренней борьбы за навязывание господствующего принципа восприятия и деления. Любой социальный агент обладает некими принципами восприятия и деления. «Мы всегда приходим в мир, и особенно в мир социальный, с очками на глазах, – говорит Бурдьё. У нас «всегда уже» есть категории восприятия, принципы видения и деления, которые сами частично являются продуктом инкорпорации социальных структур» [Бурдьё: [http](#)]. Поэтому генеалогии этих категорий будут различаться в зависимости от национальных традиций. Ното academicus из вида социальных наук имеет в голове множество пар оппозиций (например, объяснение/понимание), имплицитных схем классификации, которыми мы прекрасно владеем на практике, умеем пользоваться в нужной ситуации, но которые мы не можем объяснить явным образом. Эти практические схемы, имплицитные, скрытые, трудно определяемые, составляют основу доксы, как говорят философы, т. е. универсума скрытых допущений, принимаемых нами как членами некоторого общества. По мнению одного из философов, доха – не просто еще одно наименование «здорового смысла», в науках она иногда называется «парадигмой», иногда «дискурсом», а иногда просто «истинной» [Розенгрэн: [http](#)].

В контексте сравнения трёх полей Бурдьё утверждает, что поле журналистики, именно как поле (это не «власть журналистов»), оказывает все большее давление на другие поля. Оно становится все более и более гетерономным, т. е. все более и более подчиненным политическим и экономическим требованиям, это поле все больше и больше навязывает свои требования всем остальным и, особенно, полям культурного производства, полю социальных наук, философии, а также полю политики.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Бурдьё П. Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики. URL: <http://jarki.ru/wpress/2010/03/04/968/> (дата обращения: 08.08.2013).

Бурдьё П. Социология политики. – М.: Socio-Logos, 1993. 336 с.

Розенгрэн М. К вопросу о доха: эпистемология «новой риторики». URL: [http://vphil.ru/index.php?option=com\\_content&task=view&id=547](http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=547) (дата обращения: 08.08.2013).

Шматко Н. Введение в социоанализ П. Бурдьё // Бурдьё П. Социология политики. – М.: Socio-Logos, 1993. 336 с. С. 7-26.

Bourdieu P. Les Règles de l'Art. Genèse et structure du champ littéraire. – Paris: Seuil, 1992. P. 254-259.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Хромова Елена Борисовна*

*Место работы и должность: Пермский национальный исследовательский политехнический университет, кандидат философских наук, доцент кафедры иностранных языков, лингвистики и межкультурной коммуникации*  
*E-mail: khromovalena@mail.ru*

#### **А. В. Цыганкова**

Екатеринбург (Россия)

### **ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТА, СОЗДАННОГО РЕБЕНКОМ С ПРОБЛЕМАМИ В ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОМ РАЗВИТИИ**

Предмет судебной психолингвистической экспертизы – установление обстоятельств, подлежащих доказыванию по конкретному делу, с использованием специальных знаний в области лингвистики, психологии и педагогики. Речевое произведение может стать источником информации об авторе, необходимой для объективного рассмотрения дела. В частности, во многих случаях важно определить степень дееспособности автора, в том числе уровень его интеллекта.

Создание письменного текста – это деятельность, основанная на сложных психических образованиях, к числу которых относятся осознанность, произвольность, способность к абстракции, специальной мотивации. Обязательным условием для создания письменного текста является развитие внутренней речи, владение устной речью и навыками правописания. Недостаточное развитие названных феноменов существенно отражается в тексте, лингвистический анализ которого позволяет сделать обоснованные выводы о наличии проблем в интеллектуальном развитии автора, в том числе о недоразвитии фонетической, лексической, морфологической и синтаксической сторон речи.

Рассмотрим в качестве примера сочинение «Как я провел выходные дни», написанное учеником четвертого класса специальной (коррекционной) школы для детей с проблемами в интеллектуальном развитии (см. рисунок 1).

Недоразвитие фонетической стороны речи вызывает нарушение звукового анализа и синтеза, что проявляется на письме в изменении буквенного состава слова. Например, в данном тексте «клоун» обозначается как «колон» и «клон».

Слабое владение правилами правописания вызывает множество орфографических ошибок (ср. «цырк», «уменя», «вилисопед»).

Недоразвитие лексической стороны речи проявляется в бедности словарного запаса, результатом которой оказывается обилие повторов (например, в сочинении 19 употреблений слова «потом»), попытки преодоления лексических лакун (ср. «тигр и его дети»), немотивированное использование разговорной лексики («пироженка», «дяденька»).

Особенности грамматической стороны речи ребенка с интеллектуальной недостаточностью проявляются, в частности, в доминировании существительных, местоимений и глаголов при практически полном отсутствии прилагательных, причастий, деепричастий (в тексте 50 употреблений глаголов, 46 – существительных, 38 – местоимений и совсем нет прилагательных).

Как я провал выходные дни.

Я ходил в цирк там были клоуны они показывали всякие  
трюки катали они свои представления законными путями  
меня возвращали де не знал почему меня возвращали  
или что дали вручки зайти этот взрослый какая мать  
сказали деревом вручку мать не была и мне не  
было и пошел к матери сказал я такой а мне не  
пока сам не перестану и он сказал мне сказал  
принимай вручку и увидели проходили по какой  
длинной составной вот представил сам какая  
отметка составили какая какая они показывали  
стать трюки и сказал какая показал как он  
идет на своей кассе какая он идет по матри  
пошел на этот вышел с его сказал какая  
какая его какая его какая он сказал с  
вышел с и стали зрители какая мне  
я поймал мне какая он представил какая  
какая представил звонки и он пошел по  
стать но сказал пошел там был какая и  
дети какая и засели с о какая сказал с  
трюки и сказал и она представил какая какая  
она представил звонки и он был затем цирк и  
какая они на свое место какая какая  
длинной какая и пошел какая  
и сказал что какая есть такая открытка и  
у меня была открытка и мне возвращали  
и мне дали какая о какая и какая  
концы .

Рисунок 1. Сочинение ученика 4 класса специальной (коррекционной) школы

Недоразвитие синтаксической стороны речи проявляется, в частности, в нарушении грамматически связей («меня сказали держать веревку», «пошел за покупать пироженку»), в пропуске слов («мне чото дали в руки зайти этот ящик»), в нарушении границ предложений (сочинение по существу оформлено как одно громадное предложение), в однообразии синтаксических структур и средств синтаксической связи.

Существенные ошибки связаны с нарушением норм организации текста. Показательно, что в тексте практически невозможно выделить зачин, основную часть и концовку, нет подразделения на абзацы, не выделена основная мысль.

В целом текст характеризуется построением по типу ситуативной разговорной речи, пропусками некоторых частей рассказа, возвращением к уже сказанному, однообразием и примитивностью синтаксических структур и средств синтаксической связи.

Опытный специалист на основе подобного текста способен дать достаточно точную оценку уровня интеллектуального развития автора и выявить причины нарушений письменной речи.

#### ***СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ***

*ФИО: Цыганкова Анна Владиславовна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, кандидат филологических наук, доцент*

*E-mail: anya\_tsygankova@mail.ru*

**Т. В. Чернышова**

Барнаул (Россия)

### **ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИЗНАКИ ТЕКСТОВ ДИСКРЕДИТИРУЮЩЕГО ТИПА В ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

По замечанию политолога О. Ф. Русаковой, «масс медиа обладают силой виртуализации политической реальности и превращения данной реальности в символический идеологический конструкт. Сконструированная средствами массовой информации виртуальная картина политической реальности выступает в качестве политической медиа-реальности, которая включена в символическое поле политики и оказывает существенное воздействие на политическое сознание граждан» [Русакова URL]. Языковым механизмом такого рода конструирования часто вы-

ступает **оценочность** как типологическое свойство медиатекста, благодаря которому отображаемая действительность (факт, событие, субъект) квалифицируется относительно определенного стандарта по признаку «хорошо /плохо». Особую структурообразующую роль играет оценка и в политической коммуникации: «Без оценки невозможна экспансия политических взглядов ... В основе политического дискурса – утилитарные, морально-этические ценности» [Дементьева 2009: 83].

Очевидно, что оценочность в текстах СМИ, в том числе и политических, может выполнять как конструктивную, так и деструктивную функции. Первая (конструктивная) строится на пересечении двух составляющих: а) аргументативной, опирающейся на систему фактов, характеризующих социально значимое событие; б) эмоционально-оценочной, представляющей собой экспрессивный комментарий автора к фактологической информации.

Вторая – деструктивная – строится на пересечении следующих составляющих: а) полном или частичном отсутствии аргументативной базы и системы фактов, характеризующих социально значимое событие; б) концентрации внимания читателя на отрицательных сторонах личности и деятельности субъекта речи через систему эмоционально-оценочных вербальных и невербальных средств, в основном, инвективной направленности. Такого рода оценочность мы предлагаем называть псевдосоциальной [Чернышова 2011: 68-85]: текст, содержащий псевдосоциальную оценочность, опирается, как правило, на систему характеристик главного героя публикации, задача которых – целенаправленное снижение его образа – и как человека, и как политика.

На наш взгляд, псевдосоциальная оценочность тесно связана с такой формой воздействия как манипуляция. Вслед за психологом и публицистом В. Ценёвым, мы полагаем, что манипуляция – это не что иное, как потакание нашим слабостям или давление на них, а потому она всегда строится на нашем отношении ко всему сказанному и показанному. Речевое общение вообще пронизано манипуляцией: «Каждый из нас ежедневно совершает сотни и тысячи манипуляций, передавая во внешний мир строго такие стимулы, какие желательны и полезны для нас... Манипуляция в этом случае выступает как адаптивный (приспособительный) механизм межличностной (и социальной) коммуникации, который учитывает специфику реакций на стимулы и всегда подбирает наиболее эффективные коммуникатив-

ные стратегии, позволяющие гибко и точно "настраиваться" на индивидуальность собеседника, либо же на социальную индивидуальность общества (менталитет, традиции, национальный характер)» [Ценёв URL]. Таким образом, манипуляция как целенаправленный стимул любой природы обязательно преследует какую-либо цель и эта цель направлена на побуждение к появлению некоторой реакции адресата на письменное или устное сообщение автора текста. Представляется, что в политических медиатекстах с псевдосоциальной оценочностью такой целью является сознательное снижение образа описываемого субъекта речи. Подобные медиатексты, часто получающие статус конфликтных (спорных), можно назвать текстами **дискредитирующего типа** [Чернышова 2013:164].

Дискредитировать кого-либо означает «подрывать доверие к кому-, чему-л.; умалять авторитет кого-л., значение чего-л.» [Современный словарь иностранных слов 2003: 217]. Тексты дискредитирующего типа, как правило, направлены на реализацию стратегии «игры на понижение» [Михалева 2004: 13], основным «строительным материалом» которой в изучаемых текстах являются тактики обвинения, обличения и оскорбления, подчас маскируемые под социальную оценочность, а на деле обладающие псевдосоциальной природой. Нам близко определение коммуникативной стратегии как некоего плана «оптимальной реализации коммуникативных намерений, учитывающих 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» [там же]. При этом сам факт, послуживший поводом для дискредитации, может быть каким угодно – не обязательно отрицательно характеризующим субъекта речи: главное то, **как** этот факт оценивается автором публикации [Чернышова 2013:164-165].

Анализ спорного текста дискредитирующего типа предполагает извлечение из него системы языковых единиц, с одной стороны, содержащих утверждение об этих фактах, а с другой – оценивающих эти факты, т.е. представляющих собой высказывания комментирующего типа с ярко выраженной негативной оценочностью [Чернышова 2013а: 291-297]. В текстах, содержащих социальную оценочность, фактологическая информация служит основой авторской аргументации и оценки. Напротив,

стратегия дискредитации, маскируемая под личное мнение автора статьи, как правило:

1) или не содержит аргументации и фактологической информации, но изобилует негативной авторской оценочностью; построенное таким образом высказывание представляет собой обобщенное отрицательное суждение говорящего, опирающееся на национальные аксиологические представления и не подерживаемое в медиатексте системой доказательств (фактов) (тексты I типа) [Чернышова 2013: 167-173];

2) или приводимые в качестве аргументов факты сами по себе не являются дискредитирующими, но становятся таковыми, благодаря эмоционально-риторическим структурам, ориентированным на создание негативно-оценочной тональности текста, в свою очередь, ориентированной на реализацию дискредитирующей коммуникативной стратегии. Приводимым в публикации фактам дается субъективно-оценочный комментарий, направленный на заведомо отрицательную оценку поведения личности субъекта речи, снижающую его статус, хотя сама описываемая ситуация может быть истолкована по-разному (несовпадение «серьезности» приводимых фактов и оценочного комментария) (тексты II типа);

3) или приводимые факты не имеют прямого отношения к субъекту речи, однако сопровождающий их авторский оценочный комментарий способствует проекции этих фактов на личность героев публикации [Чернышова 2013а: 291-297] (тексты III типа);

4) или публикация основывается на фактах из частной жизни субъекта речи (псевдосоциальная оценочность), не имеющих отношения к его общественной и политической деятельности (тексты IV типа).

Анализ изучаемых текстов с целью выделения их типологических признаков проводился по следующей схеме, объединяющей несколько методических процедур, направленных на комплексное описание изучаемого объекта:

1. Определение оценочного потенциала заголовочного комплекса.

2. Констатация факта, послужившего основой для оценочного комментария.

3. Описание структурно-логических особенностей текста и их роли в формировании стратегии «на понижение».

4. Выделение на основе текстового анализа речевых актов (далее – РА), с помощью которых реализуется стратегия на понижение (стратегия дискредитации).

5. Характеристика средств и способов, реализующих стратегию дискредитации (языковых и композиционных).

6. Учет единичности/множественности публикаций оценочного типа, посвященных одному и тому же субъекту речи.

Примером текстов, в которых отсутствие дискредитирующих фактов компенсируется негативной оценочностью эмоционального типа, могут служить публикации ИА «Атмосфера», в частности – тексты, посвященные бывшему губернатору Алтайского края А. Назарчуку (текст взят с сайта ИА «Атмосфера»: <http://www.asfera.info/news/one-76824.html>). Полученные на основе комплексного анализа результаты позволили выявить наиболее типичные признаки текстов дискредитирующего типа, к которым относятся:

1) Оценочный потенциал заголовочного комплекса текста.

Как правило, стилистически сниженная оценочность текста актуализирована уже в заголовке: *«Возвращение "джедая": Назарчук планирует вновь заняться алтайской политикой?»*. Ироническая, насмешливая, тональность текста актуализируется через лексему «джедай», содержание которой разъясняется в конце анализируемого текста: *«Но, видимо, Александра Н. до сих пор не покидает идея возрождения, как это однажды случилось с героем Лукаса из саги "Звездные войны", и триумфальное восхождение под бравурную музыку на трон губернатора региона»*.

2) Факт – основа оценочного комментария. Для подобных текстов характерна количественная и качественная несоразмерность факта и оценочного комментария. Так, факт, послуживший основой для оценочного комментария (выступление А. Назарчука в защиту алтайских лесов), и сделанные на его основе предположения о том, что А. Назарчук *планирует вновь заняться алтайской политикой, решил воспользоваться своей пока еще не забытой известностью и авторитетом перед выборами губернатора в следующем году* и т.п., не сопоставимы ни в количественном, ни в качественном плане – второе явно преобладает и дает автору возможность «пофантазировать» на предложенную тему без всяких ограничений.

3. Упрощенная логическая схема, отсутствие аргументативной базы. Структурно-логическая организация анализируемого текста строится по схеме: тема → повод, послуживший основанием для развертывания темы, → оценочный комментарий. Весь текст группируется вокруг темы, которую можно сформулировать следующим образом: бывший видный алтайский политик решил вернуться к активной политической деятельности.

4. Тип РА. Декларативы и репрезентативы строятся не на фактологической основе, а на приписывании субъекту речи каких-то гипотетических действий (через РА «введение в заблуждение»); цель экспрессивов – произвести эмоциональное воздействие на слушателя, основанное на порицании каких-либо личных качеств или поведения субъекта речи.

5. Роль выразительных средств. Совокупность выразительных средств направлена на реализацию стратегии «на понижение», т.е. на сознательное снижение образа субъекта речи.

6. Наличие других публикаций. Одновременно на сайте ИА «Атмосфера» появляется ряд публикаций, посвященных данной теме и данному субъекту: «*Хочу come back: опальный Назарчук возвращается к власти?*» и «*Опальный Назарчук вернется в политику в лице депутата БГД?*» от 16.06.2013, выполненные в той же стилистической манере.

#### ЛИТЕРАТУРА

Данилова А. А. Манипулирование словом в СМИ. М.: Добросвет, 2009. 234 с.

Дементьева М. К. Языковые средства выражения оценки в современном российском официальном политическом дискурсе // Политическая коммуникация. Вып. 4 (30). 2009. URL: <http://journals.uspu.ru/politicheskaya-lingvistika/12009/25-4-30-2009.html>

Михалева О. Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия. Автореф. дисс. .... канд. филол. н. Кемерово, 2004. 21 с.

Русакова О. Ф. Политическая власть медиадискурса. URL: [http://oodvrs.ru/news/manipulyatsiya\\_soznaniem/100260politicheskaja\\_vlast\\_media\\_diskursa1328533645/](http://oodvrs.ru/news/manipulyatsiya_soznaniem/100260politicheskaja_vlast_media_diskursa1328533645/)

Современный словарь иностранных слов: толкование, словоупотребление, словообразование, этимология. М.: Цитадель-трейд, Рипол классик, 2003. 960 с.

Ценёв В. Определение манипуляции. URL: <http://psyberia.ru/psyhodiary/manipulation>

Чернышова Т. В. Современный медиатекст сквозь призму оценочности (на материале текстов, вовлеченных в сферу судебного разбирательства) // Журналистика и культура русской речи. 2011. №1.

Чернышова Т. В. Типологические признаки медиатекстов с псевдосоциальной оценочностью // *Филология и человек*. №3. 2013.

Чернышова Т. В. Языковые механизмы дискредитации в медиатексте (по материалам лингвоэкспертной практики) // Развитие русского медиапространства: коммуникационные и этические проблемы. Мат-лы науч.-практ. конф. (27-29 апреля 2013 г.). – М., 2013а. 507 с.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Чернышова Татьяна Владимировна*

*Место работы и должность: Алтайский государственный университет, доктор филологических наук, профессор*

*E-mail: labrlaxis@mail.ru*

**В. Д. Черняк**

Санкт-Петербург (Россия)

**ЯЗЫКОВАЯ РЕФЛЕКСИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ПРОЗЕ:  
ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ**

Язык как мощный фиксатор социокультурных процессов становится особым, иногда одним из основных объектов внимания в творчестве современных писателей. Л. Рубинштейн, в художественной публицистике которого проблемы языка занимают большое место, пишет: «... Страна будет существовать до тех пор, пока будут существовать – сколь бы ничтожным ни было их число – носители языка <...> Носители языка – это люди, всё еще способные понимать смысл слов и придавать значение их порядку» [Рубинштейн 2012: 236].

Современную литературу отличает эксплицированная в тексте филологическая рефлексия [Черняк 2006, Шумарина 2011]. В последние годы филологическая составляющая становится важным компонентом весьма различных по жанровой природе текстов. Языковой эксперимент является яркой приметой многих произведений новейшей литературы [см. подробнее Черняк 2012].

Языковая рефлексия в современной прозе проявляется по-разному: и в развернутых метаязыковых комментариях к тем или иным понятиям или реалиям, представленных как в форме авторского определения, сентенции, так и в форме диалога, демонстрирующего разные аспекты обсуждаемого явления. Значимым проявлением языковой рефлексии является и языковая

игра. «Филологические “микроэлементы” – полезная добавка к читательской пище» [Новиков 1999], часто обнаруживающаяся в активном использовании лингвистических терминов, которые в текстах современной прозы являются не только сигналами интеллектуального напряжения, «призывами к рефлексии», но и способом более точной экспликации позиции говорящего [подробнее см. Черняк 2013]. Сегодня есть все основания говорить о расширении рамок филологического романа, об особом ощущении писателями роли языка в осмыслении настоящего и прошлого, в самоидентификации народа и конкретной личности, при этом чрезвычайно значимым оказывается политический контекст, общественная позиция автора. Метаязыковые комментарии или семантические векторы языковой игры позволяют ему заявить о своих политических взглядах, о восприятии современной действительности.

Симптоматичным явилось появление в 2012 г. двух романов, в которых погружение в политический контекст эпохи на основе актуализации лингвистических проблем является главной движущей силой сюжета, определяет концептуальное содержание произведения. Лексические единицы, входящие в лексико-семантическое поле «язык» лежат в основе лексико-семантической организации всего текста или протяженных текстовых фрагментов. Семантический компонент «язык» заложен уже в сильной позиции текстов – заглавиях рассматриваемых произведений – романов Валерия Вотрина «Логопед» и Михаила Гиголашвили «Захват Московии. Национал-лингвистический роман» (в последнем произведении именно подзаголовки определяют и политический, и лингвистический контекст). Заметим, что обе книги по пронизывающему их филологизму, по яркости языковых игр представляют большой интерес для лингвистов.

Роман В. Вотрина, написанный в жанре антиутопии, в аллегорической форме (в основе этой аллегории лежит противопоставление нормативный язык / живой язык) представляет политическую историю России XX века. Сюжет построен на глобальном, продолжающемся на протяжении многих десятилетий, конфликте логопедов («нормоблюстителей»), ревнителей правильной русской речи, и речеисправителей, отстаивающих свободное развитие языка, выступающих против отживших орфографических и орфоэпических правил («в школу и впрямь спускался очередной министерский циркуляр, в котором предлага-

лось учитывать все 'варианты' написания слова 'переломный', а именно 'пелеломный', а также «'пегеломный'»). По мнению речеисправителей, «язык вырвался на волю, встрепенулся, сбросил с себя нормы и циркуляры, как вцепившихся в него ловчих псов». Умение следовать правилам орфоэпии и орфографии, с одной стороны, или отстаивание права на любые отклонения от нормы и дефекты речи – с другой определяют социальное положение граждан. Лингво-политическая борьба проявляется в разных формах, в ней принимают участие и логопедический департамент при Министерстве образования, и милиция (логопедическая милиция), и пресса, и партийный аппарат. Ср.: «С той поры в логопедических кругах появилась и уже не затухала стойкая неприязнь к Партии и партийному руководству. Поскольку множество рядовых членов Партии называли ее Палтией, в среде логопедов возникло презрительное прозвище «палтус» – член Палтии. Именно ее, Палтию, логопеды считали главным тормозом на пути языковых реформ, сохранения родной речи».

Текст пестрит трансформированными применительно к «языковой доминанте» клише, отражающими разные аспекты политической истории и современной жизни государства: *секта болтунов, создание правительства в изгнании, поезд с врагами языка, амнистия для всех пострадавших от старого режима, орфографическая лояльность, знаменитое «Письмо логопедов» – оппозиция коренным реформам, переход к многопартийной системе, орфоэпическое законодательство, речеисправительная система, курсы по устранению выявленных речевых недостатков, прохождение государственного орфоэпического экзамена, государственное вмешательство в орфоэпическую сферу, выработка знаменитого Акта о произношении согласных звуков* и многими другими. Роман насыщен многочисленными примерами тонкой языковой игры. Приведем показательный фрагмент древней присяги логопедов: «Клянусь богиней Нормой, повелительницей и правительницей, исполнять честно, соответственно моим силам и разумению, следующую присягу и письменное обязательство <...> Обязуюсь изо всех моих сил и стараний выявлять и пресекать случаи брадилалии, логоневроза, дизартрии, ринолалии, тахилалии, афазии».

В тексте романа представлено множество фрагментов с историко-культурными аллюзиями, смысловыми перемещения-

ми, создающими иронический постмодернистский фон повествования. Приведем в качестве примера лишь один фрагмент, описывающий заседание логопедической комиссии:

«Кандидату двадцать шесть лет. Он из села Аппаратово Волоконовского района. По профессии механизатор. Семь лет проработал в разных колхозах района механизатором, водителем, дрессировщиком коров. Вступил в Партию был выдвинут на должность второго секретаря райкома. Районную логопедическую комиссию прошел, получил направление на обязательные годовичные речеисправительные курсы. Курсы не окончил, будучи повторно призван Партией ввиду неотложной нужды в кадрах. После повторного экзамена кандидат направлен районной комиссией на рассмотрение главной логопедической комиссии».

В. Вотрин играет с языком, щедро рассыпая по тексту исковерканные (порожденные различными речевыми дефектами) фразы людей, по существу потерявших родной язык («Палтия вылажает нужды всех классов в сколейшем наступлении всеобщего благоденствия»; «Только сообся, вместе, единым флонтом смозем мы сплавиться с данными плоблемами»), оживляет штампы советской эпохи и удивительным образом – в игровом ключе – создает некое историческое полотно, метафорически воссоздающее картины (и картинки) ушедшей эпохи.

Совершенно по-другому предстает политический контекст в «национал-лингвистическом» романе М. Гиголашвили. Воссоздавая сегодняшнюю российскую жизнь (действие романа происходит в 2009 году), автор соотносит ее с историческим контекстом XVI века (главы, посвященные современности, перемежаются с историческими, в которых действует предок главного героя книги). М. Гиголашвили использует уже несколько лет бытующую в интернете информацию (вероятно, игрового характера) о «грамматических нацистах», радикальной группировке «Национал-лингвисты Москвы», которая борется за чистоту русского языка: «Руководство УВД ЗАО Москвы отметило, что это уже не первый случай проявления агрессии и насилия со стороны радикально настроенных филологов в отношении неграмотных представителей других группировок». Главный герой романа по несчастливой случайности сталкивается «грамматическими нацистами», «лингвофашистами», «грамотеями-опричниками» («агрессивными грамотеями с врожденной грамотностью и обостренным чувством прекрасного», как характеризуют они

себя в листовке) и в результате этой встречи оказывается вовлеченным в цепную реакцию драматических событий.

Представляя читателю новую книгу, Д. Рубина пишет: «Острый литературный прием – заставить взглянуть читателя на его привычную жизнь глазами чужака – в новом романе Михаила Гиголашвили сработал с изумительной гротескной мощью». Таким чужаком является молодой немецкий лингвист Манфред Боммель, который приезжает в Россию, чтобы погрузиться в живую стихию русской речи. Фредя (так, на русский лад, молодой человек представляется своим новым знакомым), оказавшись в России, попадает в удивительные для иностранца, но весьма обычные для россиян ситуации. За несколько дней от наивно восторженного восприятия новой действительности, от радости знакомства с новыми для него языковыми и экстралингвистическими явлениями он приходит к пониманию весьма мрачных российских реалий. Критик Л.Данилкин в интернет-журнале «Афиша» пишет: «Автор дает почувствовать – что удивительно, через диалоги, без всякого плетения словес, без набоковщины-соколовщины-шишковщины, – как феноменально богат русский язык, какое это сокровище. Сокровище – и чудовище: потому что язык не только отражает действительность и сознание, но еще и определяет и то и другое. Все эти повсюду натканные «бы», все эти авось да небось, все эти фаталистские пословицы, все это отсутствие глаголов совершенного вида в настоящем времени: «все или уже «сделано», кем-то и когда-то, или будет «сделано» кем-то и когда-то, но сейчас ничего не готово и готово быть не может по определению». Роман – представляющий собой написанный по большей части на комически исковерканном русском дневник иностранца, размышляющего о причудах лингвистического сознания, – гимн русскому языку, невероятно лестный для нас»; «вокруг Фреды и реальность, и язык буквально вскипают – и комичные ситуации генерируются в промышленных масштабах». Приведем лишь один диалог, демонстрирующий одну из многочисленных коммуникативных неудач, с которыми сталкивается Фредя:

«– Бабло? – на всякий случай переспросил я <>.

– Значит – деньги, бабки... капусту из бюджета выписывают, а потом распиливают...

– От «пилить-распилить»? Капуста? Пилой? – Я уже все-речь забеспокоился, правильно ли понимаю его речь».

Автор умело использует лингвистические термины в качестве инструмента для интерпретации неязыковых явлений. Так, традиционно сложная для иностранцев группа глаголов движения приводит Фредю к такой интерпретации российских реалий: «Я долго сидел у окна и смотрел на улицу. И, кажется, начал понимать, почему глаголы движения типа «ехать-ездить» такие непредсказуемые. Возможно, система глаголов просто отражает реальность, такую хаотичную. Да и когда было тут учиться ездить по правилам?.. Ни машин, ни дорог не было... Сам я за рулем с пятнадцати лет, но строго по правилам, а от хаоса прихожу в беспокойство. А все поездки в машинах тут, в России, вызывают у меня выбросы страха: гудят, летят, тормозят, подгоняют... Конечно, в русской грамматике и так слишком много белых пятен и черных дыр, но такого произвола, как с глаголами движения, нет ни в одном из разделов».

Оба рассмотренных романа можно, на наш взгляд, отнести к новому жанру лингвистического романа (разновидность романа филологического), интересного не только с точки зрения активного использования собственно лингвистической информации для интерпретации различных явлений внеязыковой действительности, но и с точки зрения богатых возможностей погружения читателя через контекст лингвистический в контекст политический.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Новиков Вл. Филологический роман: старый новый жанр на исходе столетия // Новый мир. 1999. № 10. URL: [http://magazines.russ.ru/novyi\\_mi/1999/10/novik.html](http://magazines.russ.ru/novyi_mi/1999/10/novik.html)

Рубинштейн Л. Знаки внимания. – М., 2012. 288 с.

Черняк В. Д. Лингвистический термин как инструмент когнитивной обработки действительности // Когнитивные исследования языка / гл. ред. Н. Н. Болдырев. Вып. XIII: Ментальные основы языка как функциональной системы : сб. науч. трудов. – Тамбов : ТГУ им. Г. Р. Державина, 2013. С. 843-852.

Черняк В. Д. Романы с языком: на перекрестке жанров: Жанры речи: Сб. научн. статей. Вып. 8. Памяти К.Ф.Седова. Саратов; М. : Лабиринт, 2012. С. 282-288.

Черняк В. Д. Спектры речевых оценок в новейшей литературе // Обретение смысла: Сб. статей, посв. юбилею проф. К. А. Роговой. – СПб., 2006. С.114-122.

Шумарина М. Р. Язык в зеркале художественного текста (Метаязыковая рефлексия в произведениях русской прозы). – М., 2011. 328 с.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Черняк Валентина Даниловна*

*Место работы и должность: Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой русского языка*

*E-mail: vdcher@yandex.ru*

**И. Н. Чистякова**

Нижний Тагил (Россия)

## **ОСОБЕННОСТИ ИНВЕКТИВНОЙ ЛЕКСИКИ В ПРЕДВЫБОРНЫХ КАМПАНИЯХ В. В. ЖИРИНОВСКОГО\***

В настоящее время одним из приоритетных и активно разрабатываемых направлений в лингвистике является изучение прагматического аспекта языка.

Ярким проявлением языковой прагматики можно считать инвективную лексику, которая часто используется в современных политических текстах. «...В основе инвективного общения лежит стремление понизить социальный статус адресата или уровень его самооценки, нанести моральный урон. Во вторую очередь, через оскорбление и обиду может преследоваться практическая цель – добиться изменения поведения адресата» [Жельвис 1990: 23].

К инвективной лексике относятся:

- ругательная нелитературная лексика, чаще всего взятая из жаргонов и диалектов,
- обценная лексика (мат),
- грубопросторечная (ненормативная) лексика,
- литературные слова и выражения 1, 2, 3 и 5 разрядов [Симонов, Горбаневский 2004: 29].

Наиболее часто в своих политических текстах использует инвективную лексику В.В. Жириновский.

Всю инвективную лексику можно разделить на 8 разрядов:

**1-й разряд** составляют слова и выражения, с самого начала обозначающие антиобщественную, социально осуждаемую деятельность, занятия, поступки, поведение кого-либо, то есть негативную с точки зрения интересов общества (или его большинства), деятельность. Такие слова к тому же нередко имеют четкую юридическую квалификацию.

---

\* Работа выполнена в рамках гранта Президента для поддержки молодых ученых: МК-2720.2013.6 «Убеждение и доказательство в современном политическом дискурсе».

© Чистякова И. Н., 2013

– «*Вы артисты, как дешевые проститутки, ложитесь под каждого руководителя за деньги*» (Теледебаты кандидатов в президенты на телеканале «Россия» 28.02.2012 г.).

– «*Плюющие на экологию собственники заводов – убийцы, которым не место среди людей*» (Агитационная газета Свердловского отделения ЛДПР 16.11.2011г.).

– «*Коммунальные конторы через одну – воровские шайки*» (Агитационная газета Свердловского отделения ЛДПР 16.11.2011г.).

**2-ой разряд** составляют слова с ярко выраженной негативной окраской, составляющей основной смысл их употребления: то есть это слова и словосочетания, в самом значении которых при констатирующем характере семантики содержится негативная оценка деятельности, занятий, поведения кого-либо, сопровождаемая экспрессивной окраской публицистического характера. Такого рода слова, обращенные к какому-либо лицу без достаточного основания и доказательства, воспринимаются и расцениваются им как клевета.

– «*Певичка*» – по отношению к А.Б. Пугачевой (Теледебаты кандидатов в президенты на телеканале «Россия» 28.02.2012 г.).

– «*Оборзевшие слуги народа*» (Агитационная газета Свердловского отделения ЛДПР 19.02.2010 г.).

– «*Сто лет вы (жители области), как нищие, как попрошайки, ходите и просите у власти дайте пирожок, включите воду, сделайте побольше пенсию*» (Предвыборные теледебаты на телеканале «Россия 1 – Урал» 03.03.2010 г.).

**3-й разряд** — это нейтральные номинации лица по его профессии, роду занятий, то есть названия профессий, употребляемые в переносном значении.

– «*Администрация президента, которая вас сюда поставила как фальшивого кандидата*» (Теледебаты кандидатов в президенты на телеканале «Россия» 28.02.2012 г.).

– «*Это именно они разрушили нашу страну при Ельцине. Они ограбили нас всех... Таким, как они, нет места в кандидаты в президенты*». Речь идет об олигархах (Теледебаты кандидатов в президенты на телеканале «Россия» 28.02.2012 г.).

**4-й разряд** — зоосемантические метафоры, содержащие, как правило, негативные оценки адресата речи и грубую экс-

прессию неодобрения, презрения, пренебрежения и т.п.; многие из таких метафор относятся к бранной (инвективной) лексике, оставаясь, впрочем, в рамках литературного языка.

Данный разряд инвективной лексики в текстах партии ЛДПР нами не замечен.

**5-й разряд** — слова, обозначающие действия или качества, свойства кого-либо или чего-либо. Среди них есть слова констатирующей семантики и слова оценочные с яркой экспрессивной окраской. Очень часто подобная характеристика действия переносится на самого деятеля.

– «Прокурор города *молчит*. Он же не имеет права отстранить от должности тех, кто устроил эту провокацию мне» (Предвыборные теледебаты на телеканале «Россия 1 – Урал» 03.03.2010 г.).

– «Что Россель был – ничего хорошего, что Мишарин пришел – ничего хорошего. То есть вас *будут обманывать*» (Предвыборные теледебаты на телеканале «Россия 1 – Урал» 03.03.2010 г.).

– «Ее закон *менять* мужиков каждые пять минут. Вот ее закон» (Теледебаты кандидатов в президенты на телеканале «Россия» 28.02.2012 г.).

**6-й разряд** образуют слова и словосочетания, в самом значении которых заключена негативная (бранная) оценка кого-либо как личности, с достаточно сильной негативной же экспрессией.

– «Не вашими *грязными руками* собирать партии, которые ждет Кремль» (Теледебаты кандидатов в президенты на телеканале «Россия» 28.02.2012 г.).

– «В народе «партию власти» давно называют «ЕДИМ РОССИЮ!» (Агитационная газета Свердловского отделения ЛДПР 29.02.2010 г.).

**7-й разряд** составляют в основном словосочетания, представляющиеся эвфемизмами по отношению к словам-номинациям 1-го разряда. Тем не менее, в эмоционально напряженной речи эти эвфемизмы более оценочны, чем соответствующие «прямые» обозначения адресата.

– «Вы – *пятая колонна*» – по отношению к М.Д. Прохорову. «Пятая колонна» – это любые тайные агенты врага» [Пятая колонна: электронный ресурс] (Теледебаты кандидатов в президенты на телеканале «Россия» 28.02.2012 г.).

**8-й разряд** составляют окказиональные образования (часто построенные на игре слов, каламбурах), создаваемые с целью оскорбить, унижить адресата, подчеркнуть со стороны говорящего (пишущего) активное неприятие адресата, его деятельности, поступков, презрение к нему и т.п.

– «Осенний *мостопад*». В Свердловской области обрушился (упал) мост, в результате чего движение по федеральной автомагистрали под Первоуральском было остановлено почти на сутки (Агитационная газета Свердловского отделения ЛДПР 16.11.2011г.).

– «Обещалкины из «Единой России» опять обещают, и снова не выполнят!» (Агитационная газета Свердловского отделения ЛДПР 19.02.2010 г.).

В современной политической публицистике отчётливо проявляется тенденция к оскорбительным выражениям в отношении оппонентов, что является нарушением этических норм, правил приличия. Само понятие «оппонент», обязательное в рамках цивилизованной дискуссии, часто приравнивается к аналогу «враг», поэтому словесные баталии нередко приобретают яростный, агрессивный характер. Поэтому часто чёткие аргументы, спокойное обсуждение заменяются перебранкой с активным использованием инвектив, взаимными упрёками, оскорблениями, резкими безапелляционными оценками.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Анисимов А. Л. Честь, достоинство, деловая репутация: гражданско-правовая защита. – М., Юстицинформ, 1994

Жельвис В. И. Поле брани: Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира. М., Ладомир, 2001.

Как провести лингвистическую экспертизу спорного текста? Памятка для судей, юристов СМИ, адвокатов, прокуроров, следователей, дознавателей и экспертов. – М.: Юридический Мир, 2006 г. Сер. «Библиотечка юриста СМИ». 112 с.

Паршина О. Н. Российская политическая речь. Теория и практика. М., ЛКИ, 2007.

Понятие чести, достоинства и деловой репутации. Спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами. Под ред. проф. М.В. Горбаневского. М.: Медея, 2004. 328 с.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Чистякова Ирина Николаевна*

*Место работы и должность: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, студентка*

*E-mail: irinazaprudina91@mail.ru*

**Н. М. Чудакова, Т. С. Килина**  
Нижний Тагил (Россия)

**ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ МЕТАФОРЫ  
КАК РЕПРЕЗЕНТАНТЫ ПРОБЛЕМ  
СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

В России в последнее десятилетие происходят существенные изменения в сфере образования, затронувшие философию образования, его глобальные цели и задачи, организационные структуры, содержание образования, подходы к разработке образовательных стандартов и учебных программ, формы и методы обеспечения качества образования, контроль за качеством обучения и деятельностью образовательных учреждений, финансирование и многие другие аспекты (Заседание Государственного совета «О развитии образования в Российской Федерации» от 24 марта 2006 г.). Все происходящие изменения обусловлены необходимостью обеспечения конкурентоспособности России на международном уровне, для чего потребовалось значительно увеличить эффективность социальной политики, в том числе сформировать развитый рынок образовательных услуг.

Удобным средством постижения, представления и оценки реформ, проводимых в сфере основного общего, среднего и высшего образования, становится метафорическое моделирование. Активное функционирование в дискурсе СМИ и комментариях интернет-пользователей в период с 2011 по 2013 гг. метафорической модели с негативным прагматическим потенциалом «СОВРЕМЕННАЯ ШКОЛА – это ПРОИЗВОДСТВО, ВЫПУСКАЮЩЕЕ БРАК» свидетельствует о том, что между общественностью и властью обнаружилось серьезное разногласие во взглядах на цели, задачи и пути и методы реформирования российской системы образования.

Использование лексики из производственной сферы для номинации субъектов системы образования в контексте СМИ является средством выражения различных прагматических смыслов, в том числе негативной оценочности, возникающей за счет неблагоприятных для объекта метафоризации ассоциаций, которые сопровождают восприятие созданного автором образа. Производственные процессы и связанная с ними профессио-

нальная деятельность человека обладают богатым метафорическим потенциалом, поскольку имеют в сознании носителей языка свою определенную структуру, а также сформировавшиеся концепты, что позволяет осуществлять перенос различных характеристик производственного процесса на совокупность действий, осуществляемых в сфере российского образования.

Обратимся к фреймово-слотовой структуре метафорической модели «СОВРЕМЕННАЯ ШКОЛА – это ПРОИЗВОДСТВО, ВЫПУСКАЮЩЕЕ БРАК».

### **Фрейм 1. «Производство и его элементы»**

#### **Слот 1.1. «Производственные объекты»**

В метафорах данного слота образно используются такие номинативные единицы, как *фабрика*, *завод*, *комбинат*, *стройка* и др. Ср.: *Кого и что обвинять в том, что образование превратилось, в основной массе своей, в работу деревообрабатывающего комбината: Принимает дубы, выпускает липу* (коммент.); *Школа — это ведь не «фабрика знаний», она воспитывает, социализирует* (коммент.); *Неужели мы согласимся с тем, чтобы при нашем участии российская школа превратилась в фабрику по производству безграмотности?* (коммент.); *Укрупняется фабрика по производству болванчиков-потребителей* (коммент.); *...теперь ученик сам будет «докапываться» до знаний, а учитель будет лишь предлагать ему методы, как это сделать, образно говоря, учитель даст в руки ученику лопату и будет кем-то вроде бригадира на стройке* (И. Кулагина).

Производственные метафоры слота направлены на формирование отрицательного образа современного образования. Объектами метафорической характеристики становятся образовательные учреждения. Школа выступает в сознании носителей языка определенной механической силой, которой безразличны интересы отдельной личности, а обучение приобретает характер производства, где нет места человеку, его потребностям и нуждам. Вызванные метафорами ассоциации и сам контекст развивают негативную оппозицию «школа – ученик».

#### **Слот 1.2. «Производственные механизмы»**

Источником метафоризации в данном случае явились следующие лексемы исходной сферы: *механизм*, *машина*, *оборудование*, *конвейер*, *станок*, *лопата* и др. Ср.: *У нас конвейерная профессия – каждый год про одно и то же...* (коммент.);

На нашем конвейере не чушки, не болванки какие-нибудь. А абсолютно непохожие друг на друга маленькие люди... (НГ); ...если так будет во всех школах, если ситуация будет усугубляться, то «храм знаний», через который обязаны пройти все дети, превратится в конвейер, навязывающий школьникам шаблонный способ мыслить (В. Рюмина); **Пейзаж безрадостен: система образования раскачана и нестабильна, а любовно выращенные на ней коррупционные механизмы того и гляди опрокинут ее совсем** (НГ); Но беда в том, что чиновники так и не поняли сути уровневой системы обучения, которая представляет собой целостный **технологический конвейер: бакалавриат, магистратура и институт докторантуры (докторов философии или PhD-программ)** (коммент.).

Перенос наименований, называющих производственные механизмы, в образовательную среду моделирует предмет речи как конкретное устройство, чаще всего конвейер, выполняющее предназначенную функцию. Образование приобретает «обезличенный» механический характер, что негативно оценивается представителями СМИ.

### **Слот 1.3. «Производственные процессы»**

В основе метафорических выражений данного слота оказались следующие наименования: *производство, сборка, обработка, штамповка, сварка* и др. Ср.: *Сейчас Министерство образования, возглавляемое г-ном ФУРСЕНКО, с видом «умных идиотов» пытаются **поставить на поток штамповку дегенератов. Говоря при этом о будущем страны*** (коммент.); **Штамповка не-думающих исполнителей системой образования** (коммент.); *А то, что расплодившиеся, как грибы-поганки, коммерческие вузы, **штампующие справки о высшем образовании, нужно срочно закрывать, писать еще, может быть, не поздно*** (коммент.); *В ней **дети заготовки расфасовываются по возрасту дате производства, проходят обработку на стандартизированных уржаж станках и по окончании обучения производства подвергаются стандартному тестированию качества*** (А. Самарский).

Метафоры с исходным понятийным смыслом «производственные процессы» характеризуют прежде всего действия образовательных учреждений и учебный процесс как отрегулированную деятельность, отлаженную работу производственной организации. Использование технологической метафоры проду-

цирует образ современной образовательной системы, для которой характерны автоматизм и формализм в организации образовательной деятельности, нивелирование учащихся.

Негативность метафорических высказываний поддерживается контекстуально. Применяется эмоционально-оценочная лексика, которая подчеркивает отрицательную характеристику, выражаемую метафорой: *дегенераты, с видом «умных идиотов», не-думающих исполнителей*. Интересен также прием зачеркивания, использованный в статье М. Самарского «Страсти по образованию» (М. Самарский. URL: <http://hghltd.yandex.net>), указывающий на подмену понятий: *дети – заготовки, возраст – дата производства, уроки – станки, обучение – производство*. Прагматические смыслы, формируемые подобным метафорическим замещением, – недопустимость механистичного, бездушного, стандартизированного образования и обязательность живого общения ученика с учителем на уроке.

В процессе метафоризации актуализируется дополнительная сема масштабности происходящих процессов. Наблюдаемые тенденции носят массовый характер и затрагивают все уровни образования в стране.

#### **Фрейм 2. «Управление производственным процессом»**

В метафорических словоупотреблениях данного фрейма используются номинативные единицы *рычаг, пульт, рубильник, кнопка* и др. Ср.: *У модернизации отказал рубильник, трагедии не избежать* (коммент.); *Насилие – признак беспомощности, но все меньше остается рычагов для управления учениками, кроме учительской харизмы, да где взять столько учителей от бога?* (коммент.); *Учителя свято веруют, что у родителей есть пульта дистанционного управления детьми* (коммент.); *Хороший специалист – это человек, научившийся нажимать нужные для выполнения своих профессиональных обязанностей кнопки* (Т. М. Апостолова).

Понятия, получившие метафорические обозначения, – регулирование процесса реформирования и в целом организация образовательной деятельности. Актуализируется фоновая сема «неисправность». Прагматические смыслы можно сформулировать следующим образом: процессы регулирования в системе образования демонстрируют свою неэффективность, вследствие чего система оказывается в состоянии нестабильности и регрессии. Непродуманная деятельность в сфере образования

способна привести к тому, что события становится сложно контролировать, и осознание этого приходит тогда, когда уже сложно что-либо изменить.

### **Фрейм 3. «Производственные изделия»**

Источником метафорической экспансии в рассматриваемом фрейме послужили такие наименования, как *продукция, полуфабрикат; болванка; брак*. Ср.: *Наша школа трудится над производством полуфабрикатов* (коммент.); **Брак по выпуску «неграмотных спецов» присущ любой массовой системе производства, в том числе и в производстве «образованных» спецов** (коммент.); *Не школа **гонит брак**. Просто с каждым годом проблемных ситуаций в данном вопросе все больше и больше* (коммент.); *...весь «педагогически **брак**» (так я называю детей, которых школа набаловала, что можно ходить только на те предметы, по которым они будут сдавать ЕГЭ) приходит в училища, лицеи и колледжи абсолютными дураками!* (коммент.); *обязательная сдача ЕГЭ переводит сразу ОГРОМНОЕ количество выпускников в раздел «**брака**» образования, оставляет за бортом современной жизни, лишает возможности получить даже самую нехитрую специальность и заставляет пополнять ряды безработны* (Недостатки единого государственного экзамена (ЕГЭ) или «Баба ЕГЭ»); *Современное российское образование: реформирование или деформирование?* (коммент.); *На нашем конвейере не **чушки**, не **болванки** какие-нибудь. А абсолютно непохожие друг на друга маленькие люди (НГ); ...увольняют рабочего производящего болванки на участке, последнего. А заказ на участок все равно пришел. Только делать некому. Да и **не болванки производятся, а детей учат. Хотя подход, как для болванок*** (коммент.); *...школы и вузы РФ начали **штамповать брак**, незнаек и невежд. Полуграмотных «узкоспециализированных» дебилов* (М. Калашников); *Ребенок не **материал**, из которого можно слепить что угодно по заказу родителей* (коммент.).

Денотативная сфера функционирования метафор этого фрейма – субъекты образовательной системы. Обучение предстает как технологический процесс, при этом учащиеся уподобляются либо сырью, которое подвергается механической обработке, либо деталям с набором конкретных характеристик, изготавливаемым по одинаковой схеме. СМИ фиксируют мысль о том, что в современной образовательной системе человек не

является ценностью, а предстает лишь «винтиком», элементом определенного порядка.

Важно заметить, что при развертывании производственных метафор используются лексемы с отрицательной коннотацией (*брак, деформирование*), что порождает соответствующие прагматические смыслы. По мнению журналистов и интернет-пользователей, на современном этапе образование в нашей стране не в состоянии на должном уровне удовлетворить потребности личности, подготовить человека к полноценной жизни и профессиональной деятельности. Таким образом, под вопросом оказывается эффективность осуществляемого уже на протяжении двух десятилетий реформирования российского образования.

Итак, как показывает анализ, рассмотренная производственная метафорическая модель оказалась востребованной в дискурсе СМИ для представления ситуации, сложившейся сегодня в системе образования. Аналогии между общественным и производственным устройством негативно репрезентируют российское образование на современном этапе.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ**

*ФИО: Чудакова Наиля Муллахметовна*

*Место работы и должность: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, кандидат филологических наук, доцент*

*E-mail: chudakova\_n@rambler.ru*

*ФИО: Килина Татьяна Сергеевна*

*Место работы и должность: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, магистрант*

*E-mail: kilina\_t\_s@mail.ru*

#### **А. П. Чудинов**

Екатеринбург (Россия)

#### **ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНОЕ И НАЦИОНАЛЬНОЕ В МЕТАФОРИЧЕСКОМ МОДЕЛИРОВАНИИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ\***

Одна из актуальных проблем теории когнитивной метафоры – сопоставление закономерностей метафорического моде-

---

\* Работа выполнена при поддержке РГНФ: проект 11-04-00327а – Политическая коммуникация: общие закономерности и национальная специфика

© Чудинов А. П., 2013

лирования в различных национальных дискурсах. Опыт исследования позволил выделить в этой сфере постоянное взаимодействие различных тенденций. Во-первых, Дж. Лакофф и М. Джонсон делают справедливый вывод о том, что «наиболее фундаментальные культурные ценности согласованы с метафорической структурой основных понятий данной культуры» [Лакофф, Джонсон 2004 : 208], то есть метафорическая картина мира во многом определяется соответствующей национальной культурой, в том числе национальным языком. Аналогичные мысли неоднократно высказывали и отечественные специалисты (Ю. Д. Апресян, А. Н. Баранов, Э. В. Будаев, Е. М. Верещагин, В. Г. Гак, Ю. Н. Караулов, В. Г. Костомаров, Е. С. Кубрякова, Б. А. Успенский и др.).

Во-вторых, следует учитывать согласованность национальной метафорической картины мира с некоторыми наднациональными культурными единствами. В данном случае речь идет, например, о мире христианской или мусульманской культуры, о культурных ценностях, объединяющих народы Дальнего Востока, народы арабского мира или европейские народы; специалисты также выделяют ареалы культуры Средиземноморья, Океании и Латинской Америки.

В-третьих, как справедливо отмечает при сравнении русских и польских морбиальных метафор Т. В. Шмелева, «современные средства массовой информации составляют уже своеобразный интердискурс, в котором различия отдельных... языков – вещь чисто поверхностная. При обсуждении современных событий мировая пресса мгновенно подхватывает сказанное кем-то удачное выражение, оно разносится по изданиям и языкам... Мы смотрим на мир (или нам предлагается смотреть) очень схоже» [Шмелева 2001: 5]. Многочисленные факты удивительного параллелизма метафорических моделей отмечены в исследованиях, подготовленных в рамках уральской школы политической метафорологии [Будаев, Чудинов 2008; Красильникова 2005; Колтышева 2009 и др.]

Сопоставляя названные тенденции, можно сделать вывод о том, что национальная метафорика в одних своих аспектах отражает современное состояние общества, национальную культуру и национальный менталитет, в других — типична для определенного культурного пространства (Запад, Россия, Восток, Африка и др.), а в-третьих – имеет общечеловеческий характер.

В поисках конкретного материала обратимся к исследованиям по политической метафорике в политических дискурсах различных государств. Соответствующий обзор представлен в монографии А. П. Чудинова и Э. В. Будаева [Будаев, Чудинов 2008]. Казалось бы, в качестве своего рода эпиграфа для сопоставления можно было бы взять знаменитые слова Редьярда Киплинга «Запад есть Запад, Восток есть Восток». Однако реальность оказывается значительно сложнее, и при анализе метафор нередко приходится вспоминать совсем иную сентенцию – «Люди есть люди».

Сопоставительные исследования свидетельствуют, что метафоры, распространенные в политическом дискурсе стран Запада, активно используются и на Востоке. Очень показательна монография Дж. Вэй [Wei 2001], в которой проанализированы основные метафорические модели тайваньского политического дискурса. Тайваньская политическая реальность последовательно обозначается с использованием образов войны, семьи, зрелищ, торговли, живой и неживой природы и др. Подобные метафорические модели активно используются в русском, английском, немецком и многих других дискурсах.

Эти примеры свидетельствуют о том, что в политической метафорике Запада и Востока существует много общего. Вместе с тем, несмотря на активную глобализацию и вестернизацию традиционных обществ, на цивилизационном пространстве Востока остается место для метафорического своеобразия. Например, китайские метафоры со сферой-источником «Семья» отражают национальную специфику заключения брака. В китайском представлении браку предшествует не столько знакомство и ухаживание, сколько сложные переговоры, направленные на защиту интересов будущих супругов и их родственников. Это сближает рассматриваемые образы с метафорами торговой сделки, имеющей важное моральное основание: брак рассматривается китайцами как выполнение обязательств перед предками [Wei 2001: 63-64, 66-68].

Продолжение сопоставительного исследования метафорических моделей, используемых в политическом дискурсе различных стран, позволит лучше разграничить, с одной стороны, закономерности, общие для всего цивилизованного мира или какой-то его части, а с другой — специфические признаки того или иного национального политического дискурса.

Накопленный опыт показал, что во многих случаях особенности конкретного дискурса оказываются важнее, чем межнациональные различия. Например, удивительно похожи метафоры, которые используют педагоги в разных странах. В диссертации С. Я. Колтышевой убедительно показано, насколько похожи метафоры в российском и американском шоу-дискурсе, где доминантное место занимают метафорические модели “ШОУ-БИЗНЕС – это ПИЦЦА”, “ШОУ-БИЗНЕС – это МИР НЕЖИВОЙ ПРИРОДЫ”, “ШОУ-БИЗНЕС – это МИР ЖИВОЙ ПРИРОДЫ”, “ШОУ-БИЗНЕС – это РЕЛИГИЯ”, “ШОУ-БИЗНЕС – это ВОЙНА”, “ШОУ-БИЗНЕС – это ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ОРГАНИЗМ”, “ШОУ-БИЗНЕС – это ДОРОГА”, “ШОУ-БИЗНЕС – это СКАЗОЧНЫЙ МИР” [Колтышева 2009].

Вместе с тем обнаружены такие модели, частотность которых в дискурсе шоу-бизнеса значительно превышает среднюю. Это модели со сферами-источниками «СКАЗОЧНЫЙ МИР», «РЕЛИГИЯ» и «ПИЦЦА». Приведем несколько примеров. *Номера праздничных концертов, “голубых огоньков” глотали быстро и скопом, чтобы разжевать до мельчайших подробностей то, что шло на закуску. А на закуску шел – Магомаев. Пугачеву любят по-щенячьи преданно, боготворят, аки Марию Магдалену. Петросян создал собственное королевство кривых зеркал.*

Наряду с выделением межнациональных закономерностей важно последовательно фиксировать национальные особенности. Так, в диссертации Н. А. Красильниковой [Красильникова 2005] показано, что особенностью российского экологического дискурса является сосредоточенность на внутренней политике, а также табуированность *сексуальной* метафоры и широкая распространенность метафорического представления родной страны как *свалки*. Для названных англоязычных культур в равной степени характерно метафорическое представление мира сквозь призму *педагогических* и *экономических* понятий, что несвойственно российской экологической лингвокультуре.

Специфика метафорического моделирования в экологической коммуникации обусловлена не только языковой средой, но и дискурсивными характеристиками. Уникальными чертами английского экологического дискурса являются постоянное обращение к *историческим* фактам, национальным традициям, частое использование *прецедентных* имен и ситуаций, а также

индифферентность к метафоре *родства*. Особенность американского экологического дискурса – распространенность метафоры *кино*, меньшая частотность *морбиальной* и отсутствие *монархической* метафоры.

Можно отметить и причины доминирования определенных моделей в национальных дискурсах. Почему русские постоянно обозначают родную страну, а американцы и британцы не используют этот образ? Дело в том, что в этих страна нет проблемы ввоза радиоактивных отходов, а вот Россия получает доход от переработки и хранения этих отходов. Почему в американском экологическом дискурсе распространены метафоры со сферой-источником «кино»? Да, потому, что в Америке подобные метафоры активно используются в самых различных дискурсах.

В диссертации Т.А. Шабановой проанализированы метафоры российских и американских феминисток [Шабанова 2013]. Выяснилось, что активистки названного движения при обозначении мужчин регулярно используются доминантные модели «ОНИ – АГРЕССОРЫ», «ОНИ – ЖИВОТНЫЕ». В российском феминистском дискурсе самые активные зоонимы – это *собака, кобель, скотина, конь, жеребец, теленок, осел, козел, зверь, животное*.

Любимые метафоры американских феминисток *pig (свинья, parasite (паразит), leech (пиявка), bloodsucker (кровопийца), tick (клещ), flea (блоха), louse (вошь), cockroachi termite (термит)*. Обратите внимание: метафоры очень похожи...

Феминистский дискурс включает представления о двух мирах – мужском и женском, которые враждебны друг другу и находятся в отношениях перманентной войны. По представлениям феминистов, женщины должны давать постоянный отпор мужской агрессии, и этот отпор столь же закономерен, как война с врагами родной страны или борьба с преступниками. Ср.: *Надо осознать то, что против женщин идет многовековая война. Оккупанты хозяйничаютна оккупированной территории, убивая ее жителей, а жители придумывают, как объяснить оккупантам, что так делать нельзя. Твой парень фашист – твоя губа каждый день разбита.Разгорается сражение между нашей целостностью и давлением шантажиста, и, как в любой другой войне, в ней много потерь.*

Яркий отличительный признак российских феминистских текстов – представление мужчины в виде ребенка. В подобных

случаях иронически используются следующие номинативные единицы: *ребенок, мальчик, подросток, дитя, младенец, юноша*. Ср.: *Семья такая умильная, папа – большой ребенок и мечтатель, который хорошо находит с сыном общий язык, а мама большой реалист, посему тянет на себе весь быт. Посмотришь: мальчишки-подростки. Где бы им взять остров сокровищ. А мужикам – в районе полтинника.*

В подобных случаях мужчина изображается как ребенок с присущим ему уровнем психического, эмоционального и интеллектуального развития. Специфическая черта американского феминизма – представление мужчин в виде больных.

Отличительная черта американского феминистского дискурса – активное использование морбиальных метафор. Мужчины – это *шизофреники, безумцы, сумасшедшие*, они страдают от *опухоли мозга, чумы, инфекций*. Общение с ними приводит к *раку, диарее, отравлению* и иным печальным последствиям.

В целом можно заметить более высокую степень агрессивности американских феминистских метафор. В частности, характерное для России представление мужчины в образе несмышленного ребенка несет меньший агональный заряд, чем типичное для США представление мужчины в виде Сатаны, шизофреника или наркомана. Возможно, русские женщины изначально запрограммированы на то, чтобы больше прощать, понимать и принимать.

К числу универсальных моделей представления женщин в феминистском дискурсе США и России относятся милитарные модели («МЫ – ЖЕРТВЫ», «МЫ – ВОИНЫ»).

Как уже было отмечено, доминантность может быть характерна не только для модели, но и для отдельного фрейма. Можно отметить, что фрейм «Жертва» – самый доминантный в этом дискурсе. И американские и российские феминистски постоянно представляют себя в виде жертвы войны или криминала.

В российских феминистских метафорах активно используются наименования домашних животных и птиц: *корова, свинья, кошка, крольчиха, лошадь, собака, бык, кошка, гусыня, курица* и др. Ср.: *Её тело – это одновременно и декоративно-сексуальный объект и тело рабочей лошади. Её сознание – это сознание жены, матери, добытчика и интеллектуала. Ну как же, а то же я не настоящая женщина, если не на каблуках – значит, с походкой курицы или гусыни.*

Еще одна преимущественно российская модель связана с представлением женщин как товара для потребления. В представлении феминистов, мужчины воспринимают женщину как товар, который можно оценить, продать или купить. *Ср.: Вы обязаны подчеркивать свою сексуальность бесконечным числом способов, а если вы этого не делаете – вы не настоящая женщина и/или дешевка, бракованный, никому не нужный товар. В России бабы – дешевый товар. И женщина понимает, что с чужим ребенком уже будет никому не нужна.*

Если товар отвечает предъявляемым к нему мужским требованиям, то спрос на него растет, ставки повышаются, и товар попадает в категорию ценных. *Ср.: Она все время на рынке. Она объект, который должен быть конкурентноспособен на этом рынке. Женщина одновременно ценная вещь и лицо, ответственное за её хранение.* Широкая распространенность метафорического представления женщины как товара потребления (экономическая модель) и животного (зооморфная модель) отличает феминистский дискурс России и оказывается непродуктивной в соответствующем дискурсе Америки. Для американской культуры характерно метафорическое представление женщин с использованием религиозной модели (МЫ – БОГИНИ, МЫ – АНГЕЛЫ). Соответственно мужчина – это дьявол, сатана или Люцифер.

Итак, сопоставительное исследование метафорических моделей сделать важные выводы о взаимодействии метафорического моделирования с национальной культурой, с положением дел в государстве, со специфической организацией того или иного дискурса. Вместе с тем многие закономерности метафорического моделирования регулярно проявляются в самых различных национальных дискурсах, то есть относятся к числу интердискурсивных, характерных для самых различных государств и культур.

#### ЛИТЕРАТУРА

Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации. – М. : Флинта : Наука, 2008. 248 с.

Колтышева С. Я. Метафорическое моделирование образа шоу-бизнеса в российском и американском массмедийном дискурсе: автореф. дис... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2009. 23 с.

Красильникова Н. А. Метафорическая репрезентация лингвокультурологической категории СВОИ – ЧУЖИЕ в экологическом дискурсе США, России и Англии : автореф. дис... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2005. 24 с.

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

Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000). – Екатеринбург, 2001. 238 с.

Шабанова Т. А. Метафорическое моделирование лингвокультурной категории СВОИ – ЧУЖИЕ в феминистском дискурсе США и России : автореф. дис... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2013. 23 с.

Шмелева Т. В. Морбуальная оптика // Лингвистика. – Екатеринбург, 2001. Т. 7. С. 134–138.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Чудинов Анатолий Прокопьевич*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, доктор филологических наук, профессор, проректор по научной и инновационной деятельности*

*E-mail: ap\_chudinov@mail.ru*

### **Е. В. Шустрова**

Екатеринбург (Россия)

## **МЕТАФОРИЧЕСКИЙ ОБРАЗ ЭДВАРДА СНОУДЕНА В АМЕРИКАНСКОЙ ГРАФИКЕ\***

Не будет преувеличением сказать, что одним из самых ярких и скандальных политических событий лета 2013 стал побег бывшего агента спецслужб США Эдварда Сноудена, его долгое пребывание в транзитной зоне московского аэропорта «Шереметьево» и разрешение остаться в России в течение ближайшего года. В рамках направления, разрабатываемого школой «Политическая лингвистика» проф. А. П. Чудинова, мы провели небольшое исследование и попытались установить, к каким последствиям это привело на уровне политического креолизованного текста, в частности политической карикатуры. В первую очередь нас интересовала реакция американской стороны, поэтому именно такая графика составила основу исследуемого материала (порядка 80 карикатур).

Одной из самых частотных метафорических моделей стала модель «Человек – это насекомое». В данном случае получился ряд фреймов «Сноуден – это муха», «Сноуден – это комар, москит», «Власти США – это лягушка», «Власти США – че-

---

\* Статья подготовлена в рамках государственного задания Министерства образования и науки РФ (проект 6.2985.2011 «Политическая метафорология»).

© Шустрова Е. В., 2013

ловек, страдающий от укусов», «Власти США / президент США – это человек с сачком, некто, охотящийся на насекомых». Безусловно, частотность этой модели продиктована омонимичными значениями существительного *fly* и глагола *to fly*. Следующая частотная модель – «Человек – это животное», в нашем случае кот и мышь. Мышь – это, конечно, Э. Сноуден, который либо вырывается из когтей орла, либо прыгает из ловушки в ловушку, либо наблюдает со стороны за действиями кота, либо играет в компьютерную игру «Кот против мыши Сноудена». В ряде случаев Э. Сноуден остается в человеческом образе, но на него расставлена мышеловка, что позволяет соотнести человека с грызуном. При этом человек умудряется остаться человеком и оставить в захлопнувшейся ловушке только следы своего пребывания. Такие образы продиктованы рядом семантических переносов. Конечно, есть соотношение слабый – сильный, жертва – хищник. Власти США не задержали Э. Сноудена на Гаити, видимо, нуждаясь в дополнительных доказательствах его вины и в полной уверенности, что смогут поймать его в любой момент на территории других стран. Это действительно напоминало игру кота с мышью. Следующий момент. Любая мышь или крыса – это грызун, а грызун – это вредитель. В данном случае тоже все довольно прозрачно. И наконец, В. В. Путин, критикуя власти США, сказал, что они заперли Э. Сноудена в России, поймали его в ловушку. По-английски это звучало так: «... *trapped Snowden in Russia*». Слово *trap* как существительное переводится «капкан, силок, ловушка; западня, засада» и как конверсивный глагол «ставить ловушки, капканы; ловить в ловушку, капкан (в прямом и переносном значении)». Это слово и спровоцировало множество таких карикатур (они появились позднее, чем карикатуры с насекомым). Интересно, что яркий метафорический образ поросенка, введенный В. В. Путиным, не стал основой для обилия карикатур и появился всего один раз, когда «поросенок» был уже «обрит».

Модель «Человек – это птица» была использована крайне скупой и даже не напрямую по отношению к Э. Сноудену. Преимущественно это официальные лица США. Образ американского лысого орла (*bald eagle*) или белоголового орлана (*white-headed eagle*) вполне понятен исходя из национальной символики США. Второй пернатый образ – это индеек. С одной стороны, это тоже своего рода национальная эмблема США, с другой – *turkey* мо-

жет переводится как «неудача, провал», «неудачная инвестиция» и «тупица, ничтожество; медлительный человек, тюфяк». На одной из таких карикатур, иллюстрирующих недавние события, связанные с целым рядом лиц, включая Э. Сноудена, индюк, глядя на нечто, напоминающее белоголового орлана, радостно восклицает: «*I know... You're an American bald whistle blower!*». Перевести напрямую достаточно сложно – теряется много переносных смыслов. Во-первых, здесь использованы контрарные значения лексемы *bald*. Она может переводиться: а) лысый; б) открытый, явный, прямой; в) неприкрытый (о недостатках); г) неприкрашенный, неукрашенный. Во-вторых, *bald* графически напоминает *bold*. Последнее прилагательное переводится: а) отважный, смелый, храбрый; б) сильный, энергичный; в) самоуверенный; г) бесстыдный, наглый. Теперь о слове *whistle(-)blower*, на основе которого построена графика. *Whistle blower* – это информатор в прямом смысле, а также человек, который сообщает собственному руководству, властям или СМИ о недостатках либо злоупотреблениях в деятельности своей организации. Есть и более позитивное значение «активный гражданин, который предаёт гласности наблюдаемые или предполагаемые факты нарушения закона; инициатор расследований, источник информации; разоблачитель, свидетель». Менее приятно звучит «правдолюб, человек, который открыто критикует деятельность своей организации». Шумиха и противоречивые настроения в американском обществе во многом продиктованы этим двойственным отношением к «свистящим в свисток», которое фиксируется и на уровне словарей. С одной стороны, такие действия можно рассматривать как нарушение корпоративной этики, что и последовало в отношении Э. Сноудена в консалтинговой фирме Booz Allen Hamilton, ставшей его последним местом работы в США. С другой стороны, в 1989 г. в США был принят т.н. The Whistleblower Protection Act of 1989 – закон «О защите федеральных служащих, информирующих о недостатках в работе своих ведомств», в соответствии с которым действия Э. Сноудена не только легальны, а просто необходимы, вызваны все тем же чувством корпоративной этики и желанием защитить национальные интересы. Вернемся к нашему рисунку. Если собрать все воедино, то у нас получится «американский честный активист», «американский храбрый борец за правду», «американский самоуверенный правдолюб», «американский наглый

информатор», «американский предатель, вышедший из тени». Если, соотнеся с национальной символикой, перенести это на власти США, то можно получить «смелые американские власти», «самоуверенные, наглые американские власти» и «американская политика, полная непристойных фактов».

Следующая модель «Человек – это природное явление» продиктована двумя основными причинами. Во-первых, побег Э. Сноудена, видимо, был неожиданным для властей США и грянул как гром среди ясного неба (английский аналог *out of a clear blue sky*). Поэтому Э. Сноуден может представлять как грозовое облако, набежавшее на небо американской политики и пролившееся на администрацию Б. Обамы. Во-вторых, причина в самой фамилии *Snowden*. Если допустить, что фамилия образована способом простого соположения корней (что очень типично для английского словосложения) и разложить ее на морфемы, то получатся две составляющие *snow* и *den*. Оба слова могут использоваться и как существительные и как глаголы. Посмотрим на их значения. *Snow*: 1) *сущ.* а) снег, снега, снежный покров; б) снегопад; 2) *гл.* а) идти (о снеге); б) сыпаться (как снег); в) запорашивать, покрывать снегом. В переносном значении *snow* – это кокаин, а также через расширение этого значения любой наркотик, дурман, как конверсивный глагол – «нюхать кокаин» или «оказывать дурмящее действие». Интересно и сленговое выражение *snow job*, т.е. «заговаривание зубов с одновременным запудриванием мозгов (что-то типа – "работа по заметанию")». В профессиональном компьютерном подзязыке и радиоэлектронике есть значение «телевизионная помеха типа "снег"». Здесь *snow* также выступает синонимом словосочетания *video noise* – «видеозум, видеопомехи случайные точки интерференционных помех на экране монитора, шум в полосе частот видеосигнала».

Теперь *den*. Первое значение существительного *den* «берлога, логово, нора»; основное переносное значение «убежище, укрытие, приют». Как глагол *to den* может переводиться: а) жить в берлоге, зимовать в берлоге; б) уходить в берлогу, скрываться в берлоге; в) находить приют. Но есть еще и две аббревиатуры: 1) DEN (Directory-Enabled Network) – «сеть, поддерживающая службу каталога; спецификация DEN спецификация, разработанная группой DMTF по инициативе Cisco и Microsoft. Добавляет к спецификации CIM информацию о пользовательских на-

стройках, приложениях и сетевых сервисах» и 2) DEN (document enabled networking) – «сетевой режим, поддерживающий работу с документами».

Если собрать все воедино, у нас получится такой набор: *Snowden* – это человек, сумевший одурманить и обмануть мир, начиная с властей США, на которых он не иначе как наслал порчу. Порчу он наслал и на электронные системы, внеся в них жуткую неразбериху, нарушив сигнал и доступы к информации. После этого он нашел «приют в снегах» в берлоге медведей. Памятуя о первой ассоциации, которая возникает у большинства американцев при упоминании России, легко провести аналогию. Ну а когда снег начинает таять, к нему легко применим глагол *to leak* – «а) пропускать жидкость, иметь течь; б) просачиваться, течь (о жидкости); в) выдавать, раскрывать, сообщать (секретные сведения)». Если продолжить языковую игру, то фамилия *Snowden* может быть созвучна еще двум единицам: *to snow down* и *a snowman*. Первая из них это фразовый глагол, у которого послелог просто усиливает значение первого элемента, показывая, насколько сильно все покрыто снегом, запорошено. Может означать и снежную бурю. Именно это обыграно на карикатурах, предсказывающих плохой политической прогноз для Вашингтона. Карикатуры со снеговиком (*snowman*) построены и обыгрывании первого элемента фамилии Э. Сноудена, и на соотнесении со снегами России, и на метафорической связи с таянием, дающим поток информации.

Пока было неясно, получит ли Э. Сноуден разрешение на временное пребывание в России, доминировали эти модели. После решения российских властей стала резко набирать частотность модель «Человек – это артефакт» с фреймами «Человек – это игрушка», «Человек – это предмет игры», которые параллельно соотносятся с фреймами «Политика – это игра», «Политика – это спорт», «Политик – это игрок», «Политик – это спортсмен». Самое простое это соотнесение положения Э. Сноудена с прятками в нашей матрешке. Таких карикатур много, и они вполне прозрачны. Интереснее карикатуры, где мировая политика становится игрой, а политики игроками. Это может быть детская игра или детские взаимоотношения. Довольно много карикатур с изображениями азартных игр, где российский президент явно выигрывает у неудачливого Б. Обамы, который наивно полагает, что В. В. Путин блефует. Такая игра

часто становится нечестной с точки зрения американского карикатуриста. «Спортивные» карикатуры дают образцы шахматной игры или игры в шашки и баскетбола. В первом случае вновь используется переносное техническое значение лексемы *chequers* – а) шашки (игра); б) шахматная доска. В американском английском *chequers* обычно пишется как *checkers*. В единственном числе этот лексико-семантический вариант может превращаться в *checker* а) проверочное устройство, проверочный блок; средство или устройство контроля; б) программа контроля, контролирующая программа. Судя по всему, контроль теперь осуществляет В. В. Путин, а вот Б. Обаме придется принять новые условия игры.

Суммируя вышесказанное, можно сказать, что данная ситуация достаточно болезненно воспринимается американским обществом на протяжении всего времени развития событий, что приводит к преобладанию графики, где поступок Э. Сноудена рассматривается как нечто несправедливо порочащее США.

#### ЛИТЕРАТУРА

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

АВВYY Lingvo : электр. программа.

#### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

URL: <http://www.allvoices.com>

URL: <http://www.bangordailynews.com>

URL: <http://www.blogs.post-gazette.com>

URL: <http://www.cagle.com>

URL: <http://www.cabdrollery.blogspot.com>

URL: <http://www.carpetbaggery.com>

URL: <http://www.cartoonstock.com>

URL: <http://www.contracostatimes.com>

URL: <http://www.dailykos.com>

URL: <http://www.desertpeace.wordpress.com>

URL: <http://www.disc.yourwebapps.com>

URL: <http://www.facebook.com>

URL: <http://www.freep.com>

URL: <http://www.lhvnews.com>

URL: <http://www.jokes.conservativepapers.com>

URL: <http://www.kaltoons.com>

URL: <http://www.latimes.com>

URL: <http://www.lunaticoutpost.com>

URL: <http://www.media.cagle.com>

URL: <http://www.media.townhall.com>

URL: <http://www.mydaytondailynews.com>

URL: <http://www.newsblogs.chicagotribune.com>  
URL: <http://www.nypost.com>  
URL: <http://www.nytimes.com>  
URL: <http://www.obamacartoon.blogspot.com>  
URL: <http://www.papundits.wordpress.com>  
URL: <http://www.politicalgraffiti.wordpress.com>  
URL: <http://www.politicalirony.com>  
URL: <http://www.shutterstock.com>  
URL: <http://www.skydancingblog.com>  
URL: <http://www.startribune.com>  
URL: <http://www.statesmanjournal.com>  
URL: <http://www.theatlantic.com>  
URL: <http://www.theburningplatform.com>  
URL: <http://www.thecharlestowncrier.com>  
URL: <http://www.thecontributor.com>  
URL: <http://www.theonion.com>  
URL: <http://www.theweek.com>  
URL: <http://www.toonsup.com>  
URL: <http://www.townhall.com>  
URL: <http://www.truthdig.com>  
URL: <http://www.tucsonsentinel.com>  
URL: <http://www.tunnelwall.blogspot.com>

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Шустрова Елизавета Владимировна*

*Место работы и должность: Уральский государственный педагогический университет, доктор филологических наук, профессор кафедры перевода и переводоведения*

*E-mail: [shistrovaev@mail.ru](mailto:shistrovaev@mail.ru)*

**Н. Г. Юзефович**  
Хабаровск (Россия)

**ПРЕЦЕДЕНТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ  
РОССИЙСКОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ  
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ СЛОВАРЕ**

Одной из наиболее значимых концепций лингвистики настоящего десятилетия представляется концепция прецедентности, основы которой разработаны Ю. Н. Карауловым [Караулов 1987], И. В. Захаренко [и др.] [Захаренко 1997], Д. Б. Гудковым [Гудков 1999], Г. Г. Слышкиным [Слышкин 2000], В. В. Красных [Красных 2003]. Функционирование прецедентных феноменов,

включая имена собственные, разного рода наименования и т.п. в различных дискурсах анализируется отечественными учеными: Э. В. Будаевым и А. П. Чудиновым [Будаев 2006], О. А. Ворожцовой [Ворожцова 2007], Е. А. Нахимовой [Нахимова 2007], Т. Н. Тимофеевой [Тимофеева 2007], О. А. Леонтович [Леонтович 2011] и др.

Осмысление теоретических положений вышеуказанных работ и практических исследований, изучение значительного корпуса англоязычного эмпирического материала, включающего разнообразные по жанрам тексты о российской действительности, позволило прийти к выводу о семантической и прагматической вариативности прецедентных феноменов российской лингвокультуры при их англоязычной передаче в контексте принимающего языка и концептосферы англоязычного мира.

Исследование таких трансформаций логически предопределило необходимость «зонтикового» термина *прецедентная информация инолингвокультуры* (*ино* – относительно языка общения). Это актуальные и релевантные в соответствующий период сведения о феноменах описываемой инолингвокультуры, объективируемые номинациями деятелей, событий, текстов, артефактов и т.п., которые актуализируют ассоциативные связи, коннотации и смыслы в преломлении через призму языка общения, в данном случае английского. В результате осмысления прецедентной информации российской действительности в концептосфере англоязычной лингвокультуры варьируется семантика ряда русизмов, их прагматическое содержание, в ряде случаев образуются новые номинации, все это способствует формированию стереотипов, влияющих на образ инолингвокультуры и восприятие ее ценностей [Юзефович 2012].

Под информацией в традиционном языкознании «понимают любые сведения о фактах, событиях, процессах, содержащиеся в семантике единиц языка и речи» [Алефиренко 2000: 167]. Информация является обязательным компонентом дискурса; как подчеркивает Е. С. Кубрякова, «любая дискурсивная деятельность облигаторно связана с ИНФОРМАЦИЕЙ – ее передачей от одного лица / коллектива другому лицу/коллективу, ее запросом, ее обработкой и переработкой отдельной личностью или коллективом говорящих и т.п.» [Кубрякова 2009: 6].

Термин *прецедентная информация* образован по аналогии с термином В. С. Виноградова «фондовая информация»: та

часть фоновых знаний, которая характеризует *«социокультурные сведения характерные лишь для определенной нации или национальности, освоенные массой их представителей и отраженные в языке данной национальной общности»* [Виноградов 2004: 37]. *Актуальность и релевантность* прецедентной информации означает наиболее значимые для достижения эффективного общения сведения, иначе говоря, коммуникативно необходимые, частотные в межкультурном общении, способствующие его эффективности. Важно подчеркнуть вариативность прецедентной информации, которая, как правило, соотносится с определенным историческим периодом.

В англоязычном описании Россия представлена в контексте «чужого» для нее языка, как инолингвокультура и, ориентируясь в область ее описания, язык общения неизбежно адаптируется в той или иной степени. Выбор языковых средств определяется точками соприкосновения контактирующих лингвокультур, отношением к России, стереотипами, идеологическими установками общества, автора, издательства и языковой нормой. Наиболее значимую роль играет автор: его идеологическая позиция, уровень билингвальной компетенции (без знания языка культуры невозможно проникнуть в ее суть), фоновые знания, вербализация которых определяется языком.

Следует иметь в виду, что *прецедентная информация* динамична, ее осмысление также определяется профессиональными знаниями, социальным статусом, возрастом и пр., что наиболее ярко актуализируется в межкультурных контактах, причем модификации подвергаются и универсальные прецедентные феномены. Вариативность может сопровождаться прагматической и/или идеологической аберрацией.

Объективным показателем частотности лексической единицы являются лексикографические издания, которые фиксируют именно регулярно используемые номинации, востребованные в социуме. Однако словарный запас массового читателя меньше по объему, чем кодифицированный лексикон. Определенная часть зарегистрированных слов может потерять релевантность и уйти на периферию (при этом остаться в словаре), поэтому актуальность номинации должна быть подтверждена реальным общением, дискурсом.

Словарная дефиниция лексической единицы в идеале должна включать актуальную для данного социума прецедент-

ную информацию. Создавая картину мира другой лингвокультуры средствами английского языка, автор обращается к многочисленной англоязычной аудитории. Лексикон описания при этом способствует определенному прагматическому эффекту, определяемому во многом картиной мира принимающей лингвокультуры и позицией автора, его индивидуальной концептосферой. Формируемые при этом стереотипы влияют на мировоззрение читателя, познающего инолингвокультуру в контексте своей картины мира.

Анализ объективации прецедентной информации российской действительности в англоязычной картине мира осуществлялся, во-первых, на основе выборки соответствующих номинаций из словарей малого объема и культурологических; во-вторых, учитывалось функционирование номинаций без дополнительных средств экспликации в современных текстах, ориентированных на массового читателя (главным образом, СМИ и медиатексты, публицистика), что подтверждает прецедентность выделенной лексической единицы. Под частотными номинациями понимаются англоязычные обозначения феноменов российской действительности, функционирующие без дополнительных средств экспликации семантики в изданиях разных направлений, и представленных, по крайней мере, тремя авторами.

Словарь играет важную роль в формировании концептосферы лингвокультуры, причем это двусторонний процесс: с одной стороны, вербализованные концепты фиксируются лексикографическими источниками, что позволяет говорить о концептосфере данного социума. С другой стороны, толкование номинаций инолингвокультуры в словарной статье подвержено влиянию принимающей концептосферы и отражается в языке; инолингвокультурный феномен может получить новое смысловое наполнение, чаще в оценочном аспекте: в процессе адаптации в новой среде может формироваться иной концепт, отличающийся от исходного.

Методом сплошной выборки из словаря *Longman Dictionary of Language and Culture* и *The New Dictionary of Cultural Literacy* были выделены номинации, маркированные *Russian*:

*Bolshevik, dacha, Russian dolls, Gulag, Kalashnikov, KGB, Kremlin, Soviet Bloc, Trotskyism* и др. Следует подчеркнуть, что англоязычные толковые словари (в отличие от отечественных изданий) включают также разного рода онимы: имена собствен-

ные известных политиков, деятелей культуры, топонимы, эргонимы, названия литературных произведений:

*Joseph Stalin, Mikhail Gorbachev, the Bolshoi Ballet, War and Peace* и др.

Прецедентное имя является важным компонентом родной национальной картины мира, и в контексте своей лингвокультуры оно актуализирует не только идентифицирующую функцию, но и характеризующую, обретая значимые коннотации и дополнительные смыслы, определенный символизм [Караулов 1987; Красных 2003; Нахимова 2007; Слышкин 2000 и др.]. Как показал анализ, относительно небольшая часть номинаций характеризуется прецедентностью в современных медиатекстах, причем аксиологичность некоторых из них пейоративна.

Наиболее значимые, по мнению составителей словаря, номинации сопровождаются культурологическим комментарием, формирующим определенные ассоциативные связи. Сопоставительный анализ дефиниций, представленных в англоязычных и русскоязычных толковых словарях, позволил сделать вывод о прагматической вариативности таких единиц как *Stalin, Khrushchev, Kalashnikov, War and Peace* и др.

Так, в определении слова *Kalashnikov* подчеркивается связь с терроризмом (*often used by terrorists and anti-government armed groups*):

**Kalashnikov** – a type of quick-firing rifle made in the former Soviet Union. Kalashnikovs have been sold all over the world, especially in many poorer countries, and they are often used by terrorists and anti-government armed groups [Longman Culture 1998: 716].

В российской лингвокультуре имя Н.С. Хрущева нередко связывается с *хрущобами, хрущевками*, т.е. носит пейоративный характер, в то время как в англоязычном словаре подчеркивается его роль в разоблачении политики И.В. Сталина: **Khrushchev, Nikita** (1894–1971) a Russian politician who was leader of the former Soviet Union from 1953 to 1964. He publicly criticized Stalin and his policies after Stalin's death in 1953 [Longman Culture 1998: 721].

В прецедентную информацию российской действительности в английском языке входят также элементы, формально этимологически не связанные с русским языком, т.е. не имеющие исходных номинаций (этимонов) в русском языке, образованные в английской лингвокультуре с целью номинации каких-либо явлений российской действительности. В русском языке

они коррелируют со своими переводными эквивалентами. Многие из таких номинаций актуализируют негативные смыслы и способствуют стереотипизации.

Например, роман *Animal Farm* (G. Orwell). В советский период это произведение относилось к клеветническим и антисоветским, но и в настоящее время эта книга (известная в переводе на русский язык как «Скотный двор»), неоднозначно воспринимается россиянами.

В англоязычной картине мира – это сатира на русскую революцию и борьбу за власть между Сталиным и Троцким: ***Animal Farm*** (1946), a novel by George Orwell, which is a satire on the Russian revolution and Communist society. In the book, a group of animals take control of a farm so that they can establish a society where they are all equal. The pigs, however, soon become the leaders and say that they are more important, using the phrase “All animals are equal but some are more equal than others” [Longman Culture 1998: 41].

В английском языке аллюзивная фраза *All animals are equal but some are more equal than others* афористична.

Некоторый негатив отличает и лингвокультурологический комментарий в словарной статье *War and Peace* (an extremely long book): ***War and Peace*** is sometimes mentioned as being a very typical example of an extremely long book [Longman Culture 1998: 1500].

Социально-политические изменения последних двух десятилетий отразились на оценке деятельности ряда русских политических деятелей в контексте родной культуры. В словаре в большей степени выделена негативная оценка деятельности Сталина, что подчеркивается прямыми номинациями в настоящем времени, в то время как о достижениях говорится в прошедшем: Although Stalin was responsible for successfully leading in the war against Germany (1941–45), he is now remembered also for his great cruelty [Longman Culture 1998: 1315–1316].

Прецедентная информация российской лингвокультуры в английском языке вербализуется релевантными и значимыми для данного периода лексическими единицами, доступными массовому читателю. Формально прецедентная информация инолингвокультуры не требует дополнительных средств экспликации, однако следует учитывать, что актуализация смысла в англоязычном контексте предопределена во многом значением

номинации, закрепленным в словаре. Семантика англоязычной номинации элемента российской лингвокультуры может характеризоваться варьированием относительно этимона, и нередко фиксируются пейоративные коннотации. Соответственно актуализируемые при этом смыслы формируют такие ассоциативные связи, которые способствуют закреплению негативных стереотипов российской инолингвокультуры.

Суммируя вышесказанное, следует подчеркнуть, что культурные смыслы, возникающие при использовании различных элементов прецедентной информации российской инолингвокультуры в английском языке неоднозначны. Соответственно участникам межкультурного общения следует учитывать как словарные дефиниции англоязычных толковых словарей, так и коммуникативную ситуацию. Прецедентная информация российской инолингвокультуры в английском языке формирует образ нашей родной культуры в англоговорящем мире, отражая при этом и международную ситуацию: динамичность международных процессов, переосмысление роли России на международной арене. Как важный компонент англоязычного межкультурного общения прецедентная информация русской инолингвокультуры может способствовать его эффективности или, напротив, досадному коммуникативному сбою, что предопределяет необходимость дальнейшего исследования данного вопроса.

#### ЛИТЕРАТУРА

Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка: учеб. пособие. М.: Флинта, Наука, 2010.

Будаев Э. В., Чудинов А. П. «Metaphors We Live by»: трансформации прецедентного названия // Вопросы когнитивной лингвистики. 2006. № 3. С. 78-83.

Виноградов В. С. Перевод: Общие и лексические вопросы: учеб. пособие. М.: КДУ, 2004.

Ворожцова О. А. Лингвистическое исследование прецедентных феноменов в дискурсе российских и американских президентских выборов 2004 г.: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2007.

Гудков Д. Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности. – М.: МГУ, 1999.

Захаренко И. В. и др. Прецедентное высказывание и прецедентное имя как символы прецедентных феноменов // Язык, сознание, коммуникация. Вып. 1. М., 1997. С. 82-103.

Карасик В. И. Языковые ключи. Волгоград: Парадигма, 2007.

Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.

Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М.: Гнозис, 2003.

Кубрякова Е. С. В поисках сущности языка // Вопросы когнитивной лингвистики. 2009. № 1. С. 5-12.

Леонтович О. А. "From Russia with Love" // Политическая лингвистика. 2011. Вып. 1(35). С. 20-23.

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

Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М.: Academia, 2000.

Тимофеева Т. Н. Специфика прецедентных феноменов в англоязычных научных текстах экономической тематики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2007. № 2. С. 69-73.

Юзефович Н. Г. Прецедентная информация политической сферы русской инолингвокультуры в английском языке // Вопросы когнитивной лингвистики. 2012. № 4. С. 139-144.

Longman Dictionary of Language and Culture. Longman, 1998.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

*ФИО: Юзефович Наталья Григорьевна*

*Место работы и должность: Дальневосточный государственный гуманитарный университет, доцент кафедры английской филологии и МКК*

*E-mail: nataliajuzefovich@rambler.ru*